KANTAR EMOR

Visit Tallinn

Tallinnan ulkomaalaiset matkailijat tutkimus 2018

Suomi

Sisällys

1	Johdanto ja tulosten yhteenveto	3
2	Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden taustat	10
3	Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden matkan tarkoitus	13
4	Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymiset ja majoittuminen	17
5	Tallinnan-matkan suunnittelu	20
6	Matkan aikana Tallinnassa	24
7	Liitteet	44

© Emor AS

1
Johdanto ja tulosten yhteenveto

Johdanto

- Tallinnan elinkeinoviraston matkailuosasto tilaama Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden tutkimus on toteutettu yhtenäisellä metodiikalla jo vuodesta 2002 lähtien. Tiedonkeruu tapahtuu ympäri vuoden rajanylityspaikoilla mantereella, Tallinnan satamassa, Tallinnan lentokentällä sekä Tallinnan linja-autoasemalla. Kysely suunnataan maasta poistuville ulkomaalaisille matkailijoille.

- **Tutkimuksen päätavoite on koota yksityiskohtaista tietoa Tallinnassa käyvistä ulkomaalaisista matkailijoista, heidän matkansa syistä, heidän mielipiteistään ja matkalla käyttämistään rahasummista. Tutkimustuloksena selviää:**
  - mistä maista ulkomaalaiset matkailijat ovat kotoisin ja mikä on heidän matkansa kesto;
  - mistä syystä Tallinnassa vieraillaan ja mitkä tekijät vaikuttavat päätökseen matkustaa juuri Tallinnaa;
  - mitä ulkomaalaisille matkailijoille suunnattuja palveluita käytetään ja millaisia laatuarvioita niille annetaan;
  - kuinka paljon ja mihin ulkomaalaiset matkailijat kuluttavat rahaa ja mitä mieltä he ovat tuotteiden/palveluiden hinta–laatu-suhteesta.

- Tutkimustuloksia käytetään arvioitaessa Tallinnan kilpailukykyä matkailukaupunkina, suunniteltaessa kehittämistoimia, joilla matkailun tuomia tuloja voitaisiin lisätä sekä tehtäessä Tallinnasta vieläkin houkuttelevampaa ja matkailijaystävällisempää kohdetta.
- **Tämä osaraportti käsittelee suomalaisia matkailijoita.**

- Tässä raportissa tutkimustulokset esitetään painotettuna perusjoukon osuuksien mukaan (painottamismetodiikasta raportin lopussa olevissa Liitteissä). Vuoden 2018 tulokset esitetään vertailuna vuoden 2014 tuloksiin nähden.

© Emor AS

Yhteenveto (1)

- Vuonna 2018 Tallinnassa vieraili **noin 1,64 miljoonaa suomalaista matkailijaa**. Se on jonkin verran vähemmän kuin vuonna 2014 (1,74 milj.).
- **Verrattuna muista maista tuleviin matkailijoihin** suomalaisissa on:
  - keskimäärin enemmän naisia kuin miehiä;
  - enemmän iäkkäitä (55–64- sekä 65-vuotiaita ja vanhempia). Iäkkäiden suomalaisten suuri osuus on ollut trendinä näkyvissä jo vuodesta 2011 lähtien;
  - kumppanin tai puolison ja lasten kanssa matkustavia. Suomalaiset matkustavat juuri perheenjäsenten seurassa, kun taas muiden aikuisten kanssa matkustetaan vuoteen 2014 verrattuna vähemmän;
  - työläisiä, eläkeläisiä, työttömiä. Suurimmat ammattiryhmät ovat eläkeläiset, työläiset ja toimistotyöntekijät/asiantuntijat.
- **Vähintään yhden yön poissa kotoa** matkallaan vietti 54 % suomalaisista. Yöpymisen sisältäviä matkoja tehdään jatkuvasti vähemmän: vuonna 2011 luku oli vielä 82 %, vuonna 2014 se oli 62 %.
- Suomalaisista matkailijoista 47 % vietti **Tallinnassa vähintään yhden yön**. Keskiarvo oli **1,8 yötä**, mikä on vuodesta 2008 pysynyt samalla tasolla (vuonna 2014 se oli 1,6 yötä, aiemmin myös 1,8–1,9 yötä).
- Vähintään yhden yön Tallinnassa viettävistä **72 % yöpyi hotellissa**. Heidän osuutensa on vuoteen 2014 verrattuna laskenut 13 %-yksikköä. Yöpyminen tuttavien ja sukulaisten luona on kasvanut (4 % vuonna 2011, 17 % vuonna 2018).
- **Majoituksen suomalaiset matkailijat varaavat** pääasiallisesti joko **matkatoimiston/matkanjärjestäjän** kautta (29 %) tai itse/matkakumppanin avustamana **internetistä** (28 %). Nettivarauksissa suomalaiset matkailijat käyttävät ylivoimaisesti eniten verkkosivua **booking.com (70 %)**.
- Suurin osa suomalaisista matkailijoista (97 %) on vieraillut Tallinnassa aikaisemmin, heistä yli puolet (66 %) on käynyt vähintään 10 kertaa. Tallinnassa aiemmin käyneistä suomalaisista matkailijoista 76 % on vieraillut Tallinnassa viimeisen 12 kuukauden aikana.
- Eniten suomalaiset tulevat Tallinnaan **yhden päivän matkalle lomailemaan**. Lomanviettäjien osuus on neljässä vuodessa kasvanut huomattavasti (34 % → 49 %). Myös ostosmatkalle tai palveluita käyttämään tulevien määrä on kasvanut (18 % → 30 %). Melkein yhtä suuri (29 %) on myös monta päivää matkailevien osuus.
- **Suurimpana kannustimena** Tallinnaan matkustamisessa toimivat **aikaisemmat käyntikokemukset** (78 % vaikutti merkittävästi + vaikutti jonkin verran). Samoin oli myös vuonna 2014. Suurin osa vastaajista oli käynyt Tallinnassa useita kertoja ja siksi juuri heidän vastauksensa dominoivat. Valitettavasti otos on liian pieni, jotta voitaisiin analysoida ensimmäistä kertaa Tallinnaan matkustaneiden kannustimia (3 %).

© Emor AS

Yhteenveto (2)

- Houkuttelevia ovat myös **Tallinnan ravintolat ja kahvilat**, niiden vuoksi matkustaa 67 % suomalaisista matkailijoista. Suurin piirtein yhtä suuri vaikutus on **edullisella matkatarjouksella** (64 %).
  - Nuoremmat suomalaiset matkailijat ovat hintatietoisia: **18–24-vuotiaille** edullinen matkatarjous (76 %) on muita ikäryhmiä tärkeämpi. Toiseksi tärkein kannustin on aiempi matkailukokemus (73 %), kuten suomalaisilla keskimäärin muutenkin, ja jaetulla kolmannella tilalla ovat ystävien/tuttavien suositus (64 % vs. 42 % keskimäärin) ja ruokaelämykset (64 % vs. 67 % keskimäärin). Muita enemmän tämä ikäryhmä mainitsee matkansa syyksi Tallinnan uutena matkakohteena (19 % vs. 12 % keskimäärin).
  - **25–34-vuotiaat** mainitsevat iäkkäämpien matkailijoiden tavoin kannustimeksi edullisen hinnan (74 %). Aiemman matkailukokemuksen merkitys (74 %) ja ruokaelämykset (68 %) vastaavat suomalaisten keskiarvoa. Nuoremman ikäryhmän tavoin 25–34-vuotiaatkin pitävät ystävien/tuttavien suositusta (60 %) ja Tallinnaa uutena matkakohteena (21 %) tärkeämpinä vaikuttimina kuin iäkkäämmät matkailijat. Tälle ikäryhmälle olivat muita tärkeämpiä **aktiivisen lomanvieton mahdollisuudet** (23 % vs. 13 % keskimäärin).
- Eniten suomalaisille matkailijoille **tietoa ja inspiraatiota seuraavan matkan suunnittelussa** antaa **aiempi vierailu Tallinnassa** (85 %), mikä vaikuttaa Tallinnaan matkustuspäätökseen merkittävästi (68 %:lle suurin vaikutus). Sen merkitys on vuoteen 2014 verrattuna hieman kasvanut. Tiedonlähteitä ovat lisäksi ystävät (39 %) sekä matkailusivustot ja -foorumit (26 %). Facebookin osuus on kasvanut (15 %). Tv- ja radio-ohjelmien sekä matkaoppaiden vaikutus on vähentynyt, joskaan ne eivät olleet pääasiallisia lähteitä myöskään vuonna 2014.
  - Ystävän suositus on vierailupäätöksen tärkein vaikuttaja 45 %:lle suomalaisista matkailijoista.
  - Myös lehtijutuilla (sekä paperi- että verkkoversiot) ja mainoksilla on vaikutuksensa: suurin tai jonkinlainen vaikutus niillä oli vastaavasti 82 %:lle ja 56 %:lle suomalaisista matkailijoista.
- **Tallinnan-matkan aikana suurin osa suomalaisista saa tietoa** ystäviltä ja tuttavilta, mutta yhä enemmän myös paikallisilta asukkailta (12 % → 25 %) ja Tallinnan tiedotusmateriaaleista (15 % → 20 %). Facebookin, matkailusivustojen ja -foorumien osuus on kasvussa.

© Emor AS

Yhteenveto (3)

- Suomalainen matkailija käy tavallisimmin Tallinnan keskustassa, vanhassakaupungissa ja sataman alueella. Koska enemmistö vastaajista on käynyt Tallinnassa ennenkin, he ovat todennäköisesti käyneet myös joissain kauemmissa kaupunginosissa, kuten Rocca al Maressa tai Kadriorgissa. Tallinnasta muualle suuntaavat vain harvat: lähialueille 5 % ja sitä kauemmas vain 1 %.

- Vaikka **ostosmatkailu** Tallinnassa on yhä suomalaisten matkailijoiden **perustoimintaa**, yhtä tärkeää tekemistä on kahviloissa/ravintoloissa käyminen ja kaupungilla käveleminen. Nähtävyyksissä käydään vähemmän, koska todennäköisesti enemmistö suomalaisista matkailijoista on jo edellisillä matkoillaan vieraillut niissä. Suomalaisille ostosten tekeminen ja kahviloissa/ravintoloissa käyminen ovat yhtä tärkeää tekemistä **riippumatta siitä, mistä päin Suomea he tulevat** (ostosten tekemistä pitivät tärkeänä etenkin Etelä-Suomesta tulevat matkailijat). Alueellisia eroja suomalaissa kuitenkin esiintyy:

  - **Helsingin ja Uudenmaan** alueelta tulijat käyvät muihin suomalaisiin verrattuna enemmän pubeissa/yökerhoissa (19 %), kauneushoitoloissa (16 %) ja kylpylöissä (13 %). He käyvät hieman useammin myös urheilutapahtumissa (3 %). Matkustuspäätös tehtiin muihin suomalaisiin verrattuna useammin myös jostain tietystä syystä: käytiin tietyssä tapahtumassa (26 %), viettämässä aktiivilomaa (19 %) tai kuluttamassa hyvinvointipalveluita (45 %).

  - **Eteläsuomalaiset matkailijat** pitävät muita enemmän pelkästään kaupungilla kävelemisestä (82 %) (muihin verrattuna heillä kannustimena on useammin Unescon maailmanperintökohde Tallinnan vanhakaupunki – 28 %). Yökerhoissa, pubeissa ja kylpylöissä he käyvät epätodennäköisemmin kuin muualta Suomesta tulevat matkailijat. Heitä myös konkreettiset tapahtumat houkuttelevat Tallinnaan vähemmän (12 %).

  - **Muualta Suomesta** vastaajia oli liian vähän, jotta alueellisia eroja voitaisiin tarkastella, mutta länsi-, pohjois- ja itäsuomalaisilla yhteensä nousee esiin suurempi kiinnostus museoita/näyttelyitä kohtaan (14 %), työhön liittyvät syyt (13 %) ja teatterissa/konsertissa käyminen (6 %). Tarkasteltaessa matkustuspäätöksen syitä muun Suomen matkailijat samoin kuin Helsingin ja Uudenmaan matkailijat mainitsivat keskimääräistä useammin tietyt tapahtumat (25 %).

- Pääasiassa **suomalainen matkailija liikkuu kävellen,** mutta yhä enemmän käyttää myös joukkoliikennettä (10% → 17%). Koska enemmistö vastaajista on kokeneita Tallinnan-kävijöitä, puolet heistä ei käytä karttaa (eniten vieraillut vanhakaupunki ja keskusta ovat jo riittävän tuttuja). Sähköistä ja paperikarttaa käytettiin lähes yhtä paljon. Suomalaiset matkailijat karttaa tarvitessaan voisivat käyttää jompaakumpaa. Ero syntyy 45-vuotiaissa: sitä nuoremmat suosisivat sähköistä karttaa, iäkkäämmät käyttäisivät mieluummin paperiversiota (54 % 55–64-vuotiaista sekä 75 % 65-vuotiaista ja vanhemmista) .

© Emor AS

Yhteenveto (4)

- Eniten suomalaiset matkailijat arvostavat Tallinnan **hyvien ruokaravintoloiden riittävää määrää** (93 % on samaa mieltä siitä, että niitä on riittävästi). Vaikka arviot useissa maineen osatekijöissä ovat laskeneet, kokonaisuudessaan ne ovat samalla tasolla muista maista tulevien matkailijoiden keskimääräisten arvioiden kanssa. Samoin kokonaisarviot ovat korkealla tasolla (alhaisin arvio 3,0 asteikolla 1–4 annettiin vilkkaalle yöelämälle). Vaikka arvioit kiinnostavista nähtävyyksistä ja kaupungin vieraanvaraisuudesta ovat hieman alhaisempia kuin vuonna 2014, suuri osa suomalaisista matkailijoista on kuitenkin tyytyväisiä: 85 % on sitä mieltä, että nähtävyyksiä on riittävästi, ja 86 %, että kaupunki on vieraanvarainen. Enemmän puutteita nähtiin kiinnostavien museoiden ja kulttuuritapahtumien riittävyydessä, lapsiystävällisyydessä ja aktiivisessa yöelämässä. Nähtävyyksien ja tekemisen riittävyydessä vaikuttaa todennäköisesti se, että suomalaiset matkailijat ovat käyneet Tallinnassa paljon ja nähneet keskeisimmät nähtävyydet. Kysymys kuuluukin, mitä Tallinna voi tarjota toistuville kävijöille.

- Laskua näkyy useilla **palvelukulttuuria mittaavilla osa-alueilla**: asiakaspalvelijan ystävällisyys ja avuliaisuus (3,2 p), ammattitaito (3,2 p) ja asiakaspalvelun nopeus (3,2 p), mutta nämä muuttujat ovat kuitenkin hyvällä tasolla. Suomalaiset ovat jonkin verran kriittisempiä Tallinnan palvelutason suhteen kuin monista muista maista tulevat matkailijat. Toisaalta toistuvien kävijöiden suuren osuuden ansiosta he pystyvät arvioimaan palvelukulttuurin muutoksia paremmin.

- Kokonaisuutena **Tallinna tarjoaa suomalaisille matkailijoille myönteisiä elämyksiä.** Kuvailtaessa Tallinnaa kolmella sanalla käytetään lähes poikkeuksetta positiivisia ilmauksia: kaunis, sympaattinen, kompakti, historiallinen, hyvä ostoskohde, kiinnostava, tuttu ja kotoisa. Erikseen positiivisten ilmausten alta nousevat esiin hyvät ruokaelämykset. Negatiivisia mainintoja yli puolet suomalaisista matkailijoista ei osaa antaa. 17 % mainitsi **negatiivisena aspektina palvelukulttuuriin** liittyvät puutteet (esim. kaupoissa ja takseissa).

- 80 % suomalaisista matkailijoista on sitä mieltä, että **matka vastasi heidän odotuksiaan** ja 19 %:lla ylitti odotukset. Ne, joilla matka ylitti odotukset, olivat olleet Tallinnan-matkallaan huomattavan aktiivisia verrattuna niihin, joilla matka vastasi odotuksia, ja he olivat tehneet matkallaan neljää tai useampaa eri asiaa (51 % vs. 31 %; eri aktiviteettien määrän keskiarvo 3,7 vs. 3,1). Käveltiin kaupungilla (81 %), vierailtiin nähtävyyksissä (36 %), käytiin museoissa (18 %), pubeissa (19 %), kylpylöissä ja hoitoloissa (12 %).

- Melkein kaikki Tallinnassa vierailleet suomalaiset matkailijat **tulisivat tänne uudestaan**, 84 % varmasti. Tätä tuki viimeisestä Tallinnan-matkasta jäänyt **erittäin hyvä yleisvaikutelma** (keskiarvo 8,7 pistettä; 10 pistettä antaneiden osuus kasvanut tasaisesti vuodesta 2008 lähtien). Seuraavalla matkalla halutaan tehdä ostoksia, käydä nähtävyyksissä, tutustua muihin kaupunginosiin sekä käydä Tallinnan ulkopuolella tai viettää aktiivista lomaa.

- Myönteiset kokemukset Tallinnassa tukevat **positiivista suositusviestintää**: asteikolla 1–10 suositus on 8,9 pistettä (40 % suosittelisi varmasti eli antoi 10 pistettä). Ystävän tai tuttavan suositus vierailla Tallinnassa oli omien aiempien kokemusten jälkeen heti toiseksi tärkein kannustin Tallinnan-matkan tekemiseen.

© Emor AS

Yhteenveto (5)

- Noin kolmannes suomalaisista matkailijoista jakoi tai aikoi **jakaa matkavaikutelmiaan sosiaalisessa mediassa**: tärkeimmät kanavat olivat Facebook (66 %) ja Instagram (50 %).
  - Jakamista tekevät/suunnittelevat etenkin 25–34-vuotiaat (62 %) ja 18–24-vuotiaat (53 %).
- **Tallinn Cardin tunnettuus ja käyttäminen** on melko matalalla tasolla. Kolmannes suomalaisista matkailijoista on kuullut siitä (93 % heistä ennen matkaa). Kortin tunteneista sitä on käyttänyt 14 % (5 % kaikista suomalaisista matkailijoista). Tallinn Cardia käyttäneiden keskuudessa kortille annetut arviot ovat korkeita – 8,8 pistettä asteikolla 1–10, mutta pitää huomata, että vastaajia oli vain 17, joten kaikkia suomalaisia matkailijoita koskevia yleistyksiä ei voi tehdä.
  - Kortin tunsivat parhaiten 55–64-vuotiaat (45 % oli kuullut) ja huonoiten 18–34-vuotiaat (17 % oli kuullut).
- Keskimäärin **suomalainen matkailija kuluttaa päivässä** henkilöä kohden hieman yli sata euroa (104 euroa) ja rahankäyttö on aiempaan verrattuna jonkin verran vähentynyt. Kuitenkin suomalaiset kuluttavat enemmän kuin muiden maiden matkailijat. Eniten rahaa käytetään ostoksiin (54 euro) ja vähiten viihteeseen (11 euroa).

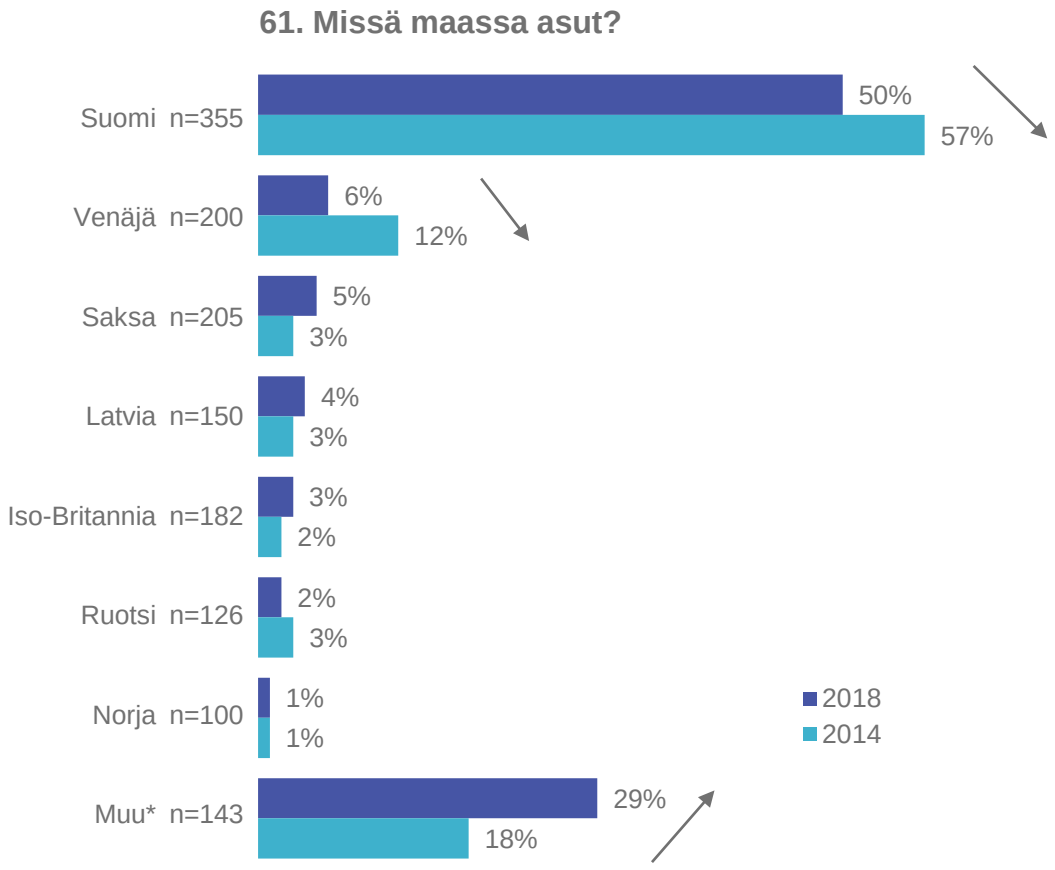
© Emor AS

2

Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden taustat

Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden asuinmaat

% Tallinnan ulkomaalaista matkailijoista,
n=1461

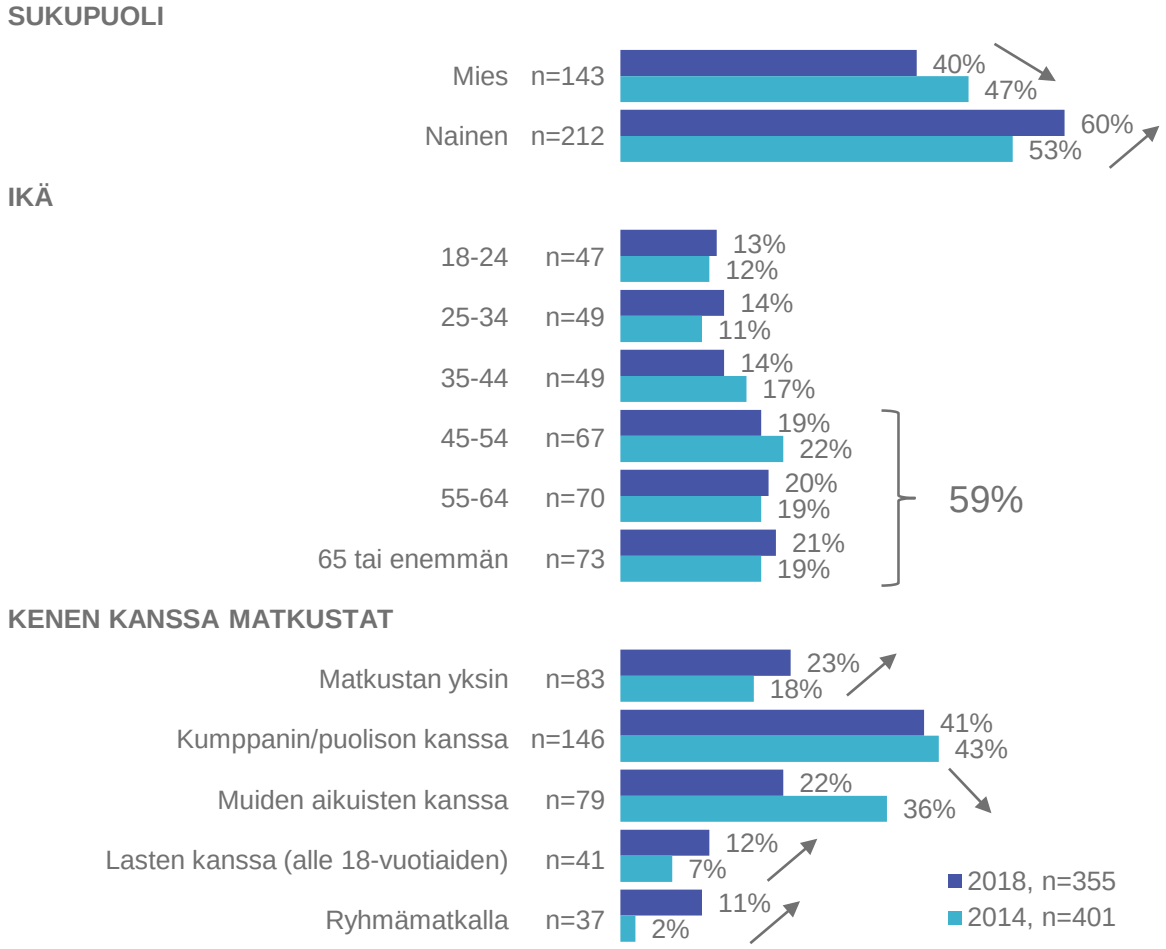


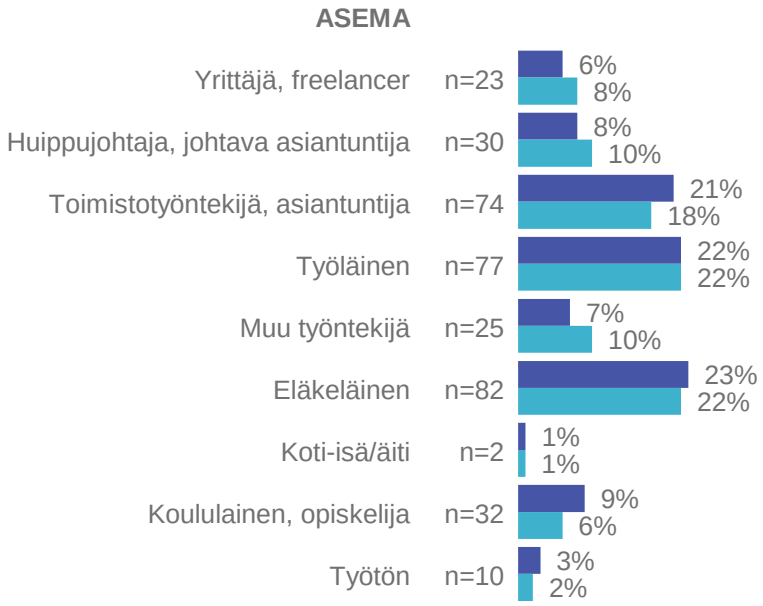
** Vastaus "Muu" kooditettiin.*

© Emor AS

Tallinnan matkailijoiden sosiaalis-demografinen profiili

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355





© Emor AS

3

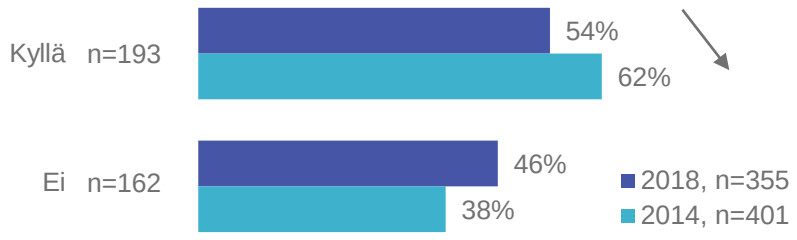
Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden matkan tarkoitus

Tallinna matkailukohteena

Suomalaisista matkailijoista yhä harvempi yöpyy matkalla vähintään yhden yön poissa kotoa

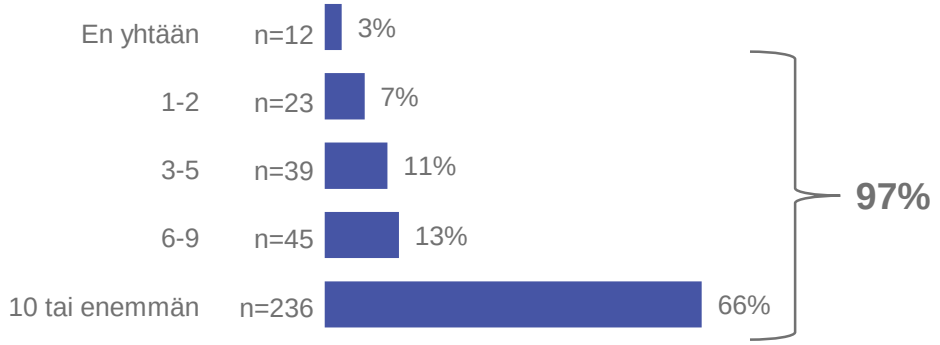
1. Yövytkö ainakin yhden yön poissa kotoa?

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355



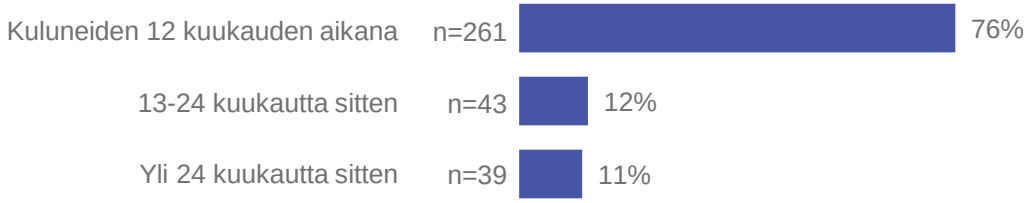
2. Montako kertaa olet käynyt Tallinnassa ennen tätä matkaa?

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355



3. Koska kävit viimeksi Tallinnassa?

% niistä, jotka ovat vierailleet Tallinnassa aikaisemmin, n=343

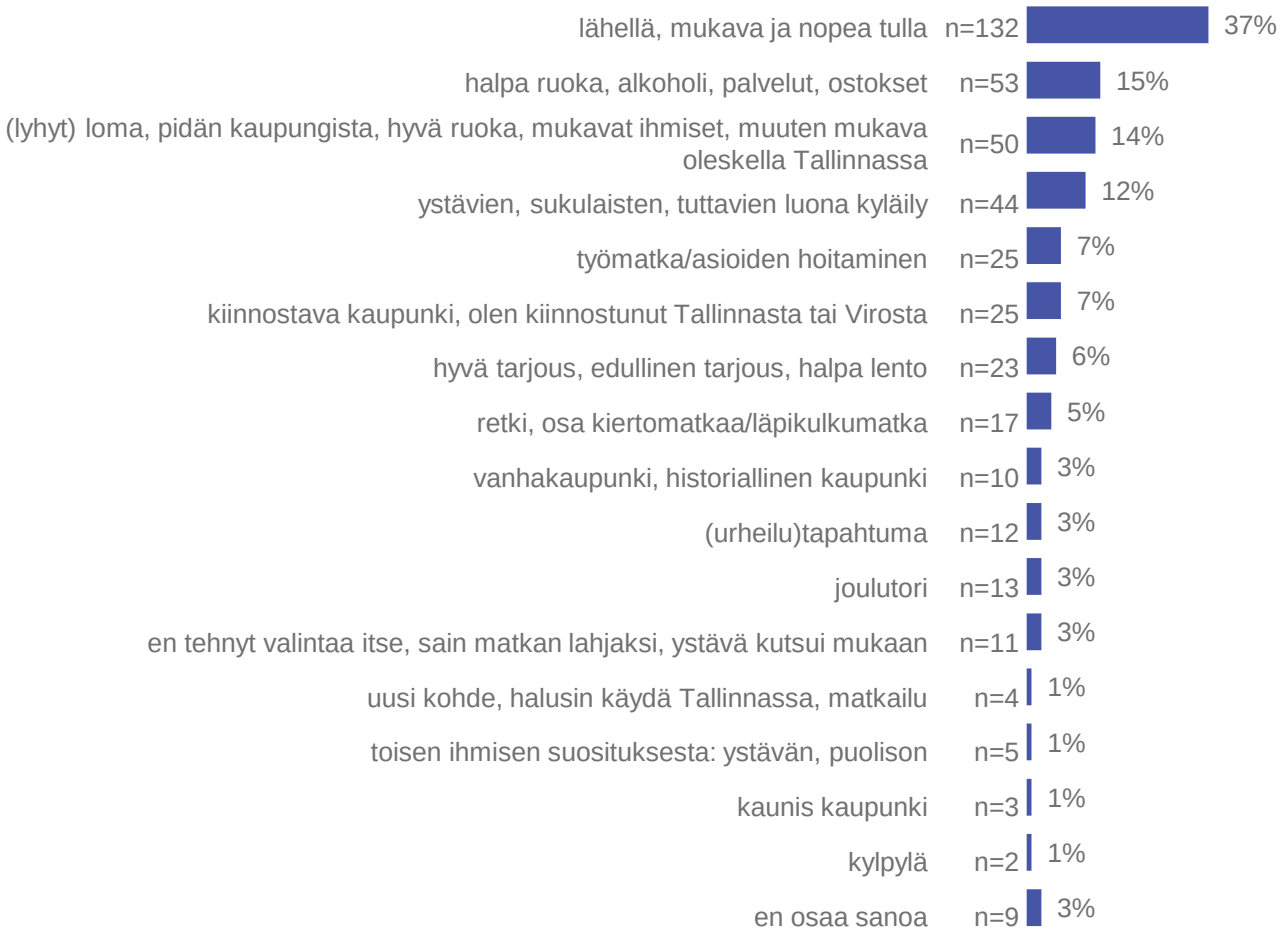


© Emor AS

Tallinnan-matkaan vaikuttaneet tekijät

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

4. Miksi valitsitte matkakohteeksi Tallinnan?



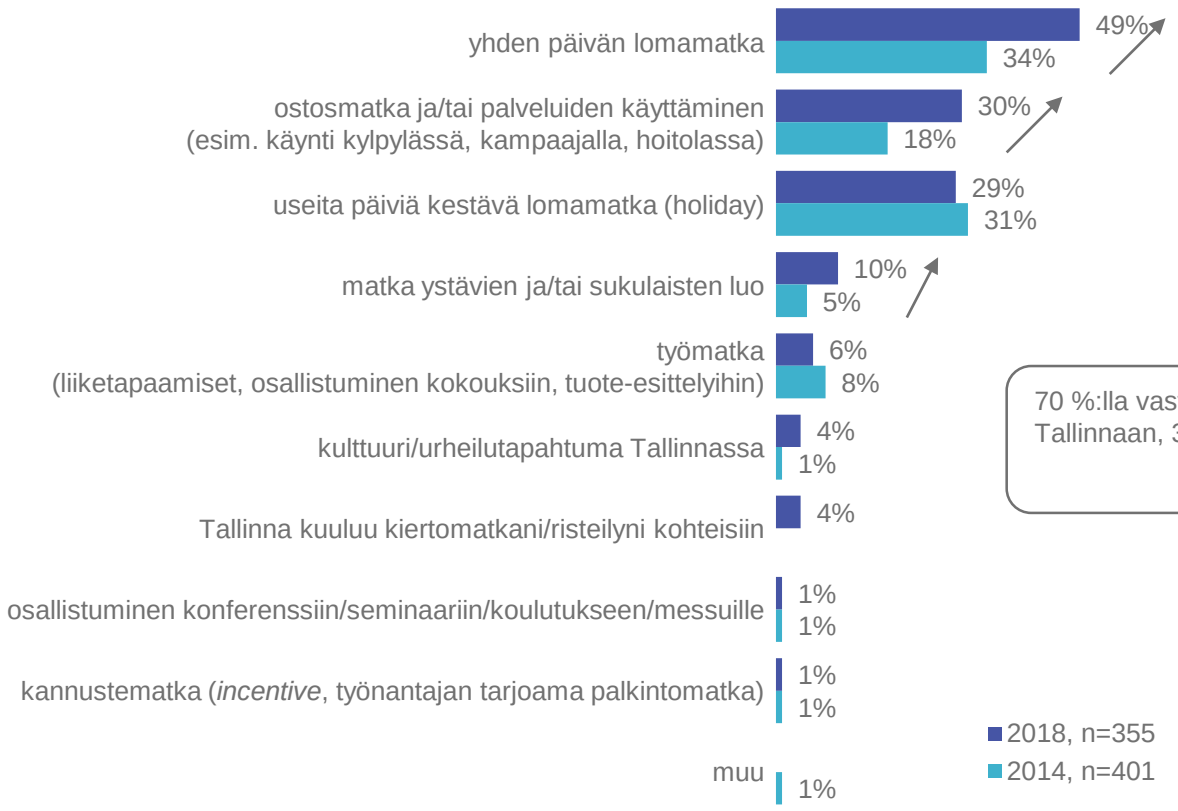
© Emor AS

Matkan tarkoitus

Tallinna on ennen kaikkea lyhytlomakohde

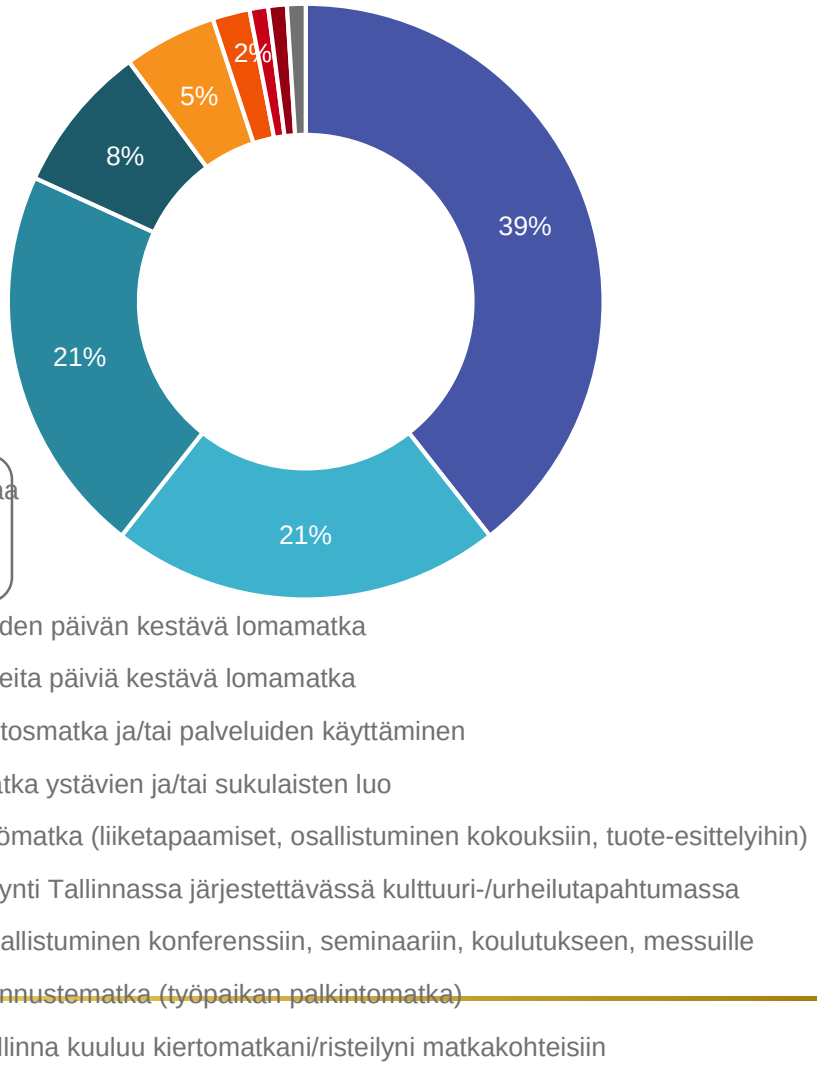
% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

5. Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa parhaiten matkasi tarkoitusta?
Useita vastausvaihtoehtoja



70 %:lla vastaajista oli yksi syy matkustaa Tallinnaan, 30 % mainitsi useita syitä.

5a. Mikä oli matkasi tärkein/pääasiallinen tarkoitus?
Kaikkien vastaajien tärkein tai pääasiallinen syy, 1 vastaus



** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä.*

© Emor AS

4

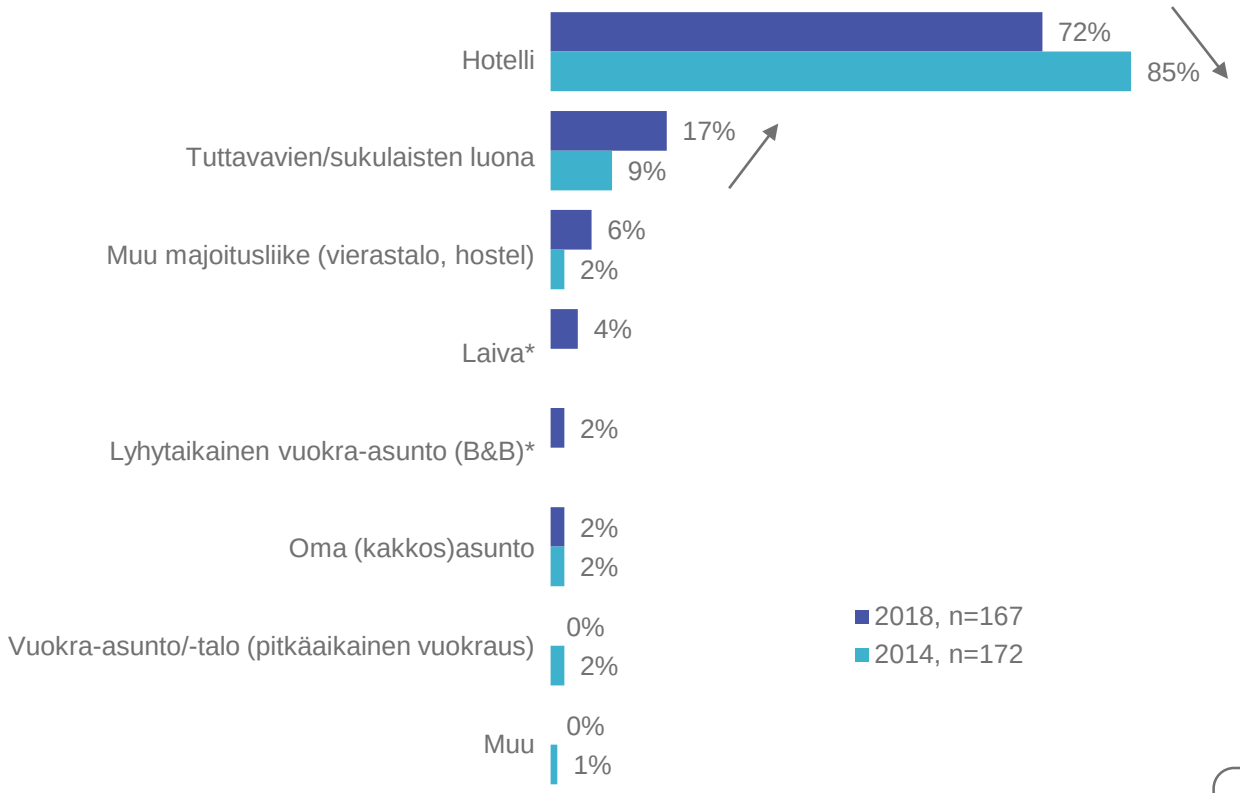
Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymiset ja majoittuminen

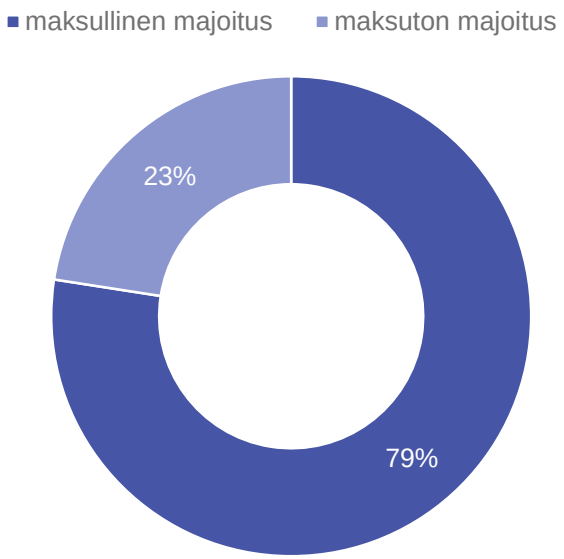
Yöpyminen Tallinnassa

Tuttavien/sukulaisten luona yöpyminen on lisääntynyt

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, jotka ovat yöpyneet Tallinnassa ainakin yhden yön, n=167

7. Missä yövyit Tallinnan-matkallasi?





** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä.*

- Yöpymisiä Tallinnassa keskimäärin **1,8** (niillä suomalaisille, jotka oleskelivat Virossa 1–14 yötä).

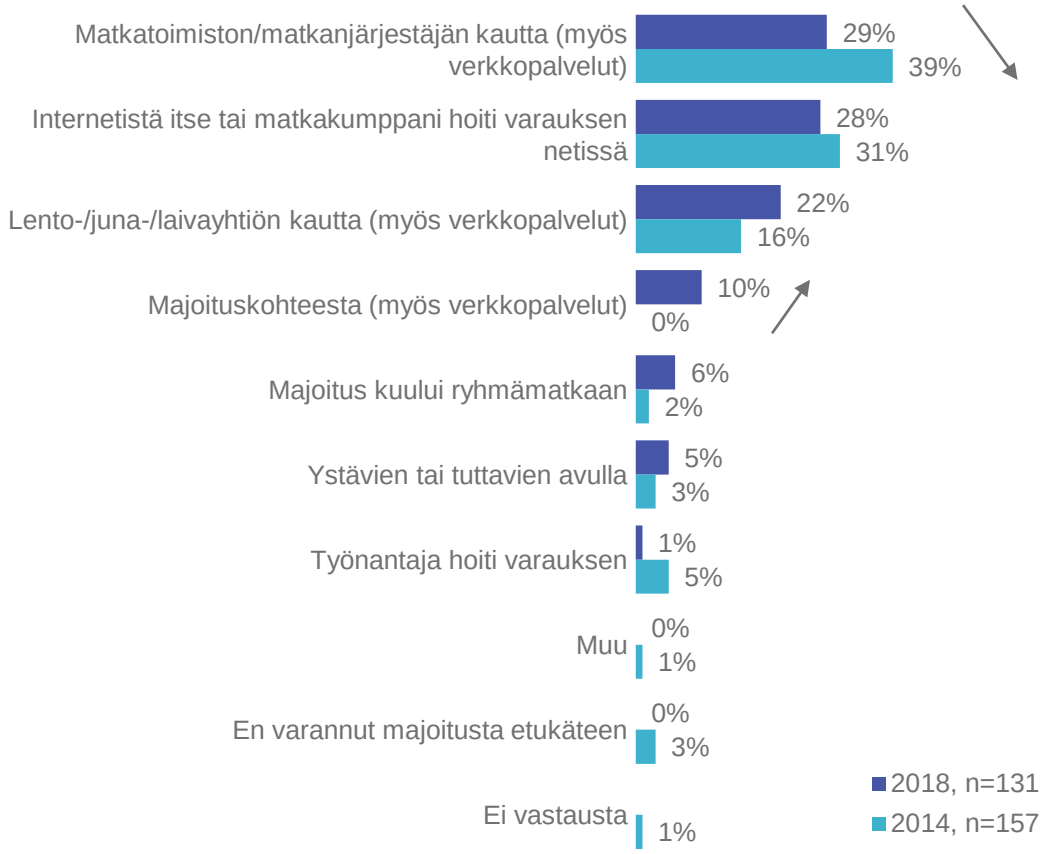
© Emor AS

Majoituksen varaaminen

Vähemmän varataan matkanjärjestäjän kautta ja enemmän suoraan majoitusliikkeestä

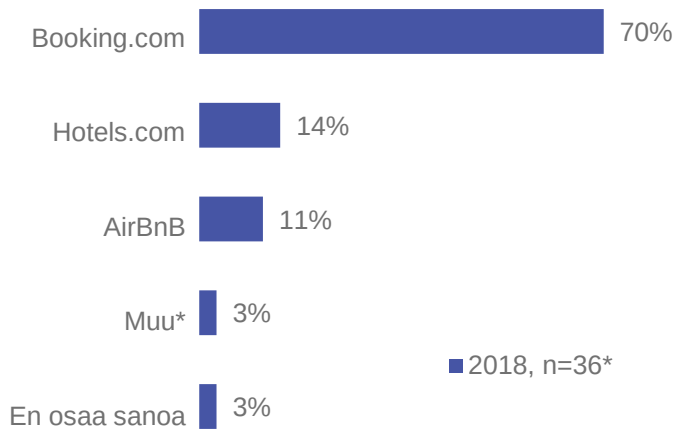
% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, jotka ovat viettäneet Tallinnassa vähintään yhden yön, n=131

8. Mitä kautta/kuinka varasit majoituksen Tallinnassa?



8a. Minkä verkkosivun kautta varasit majoituksen?

% niistä, jotka varasivat itse internetistä tai matkakumppani teki varauksen netissä



* Pieni määrä vastauksia

© Emor AS

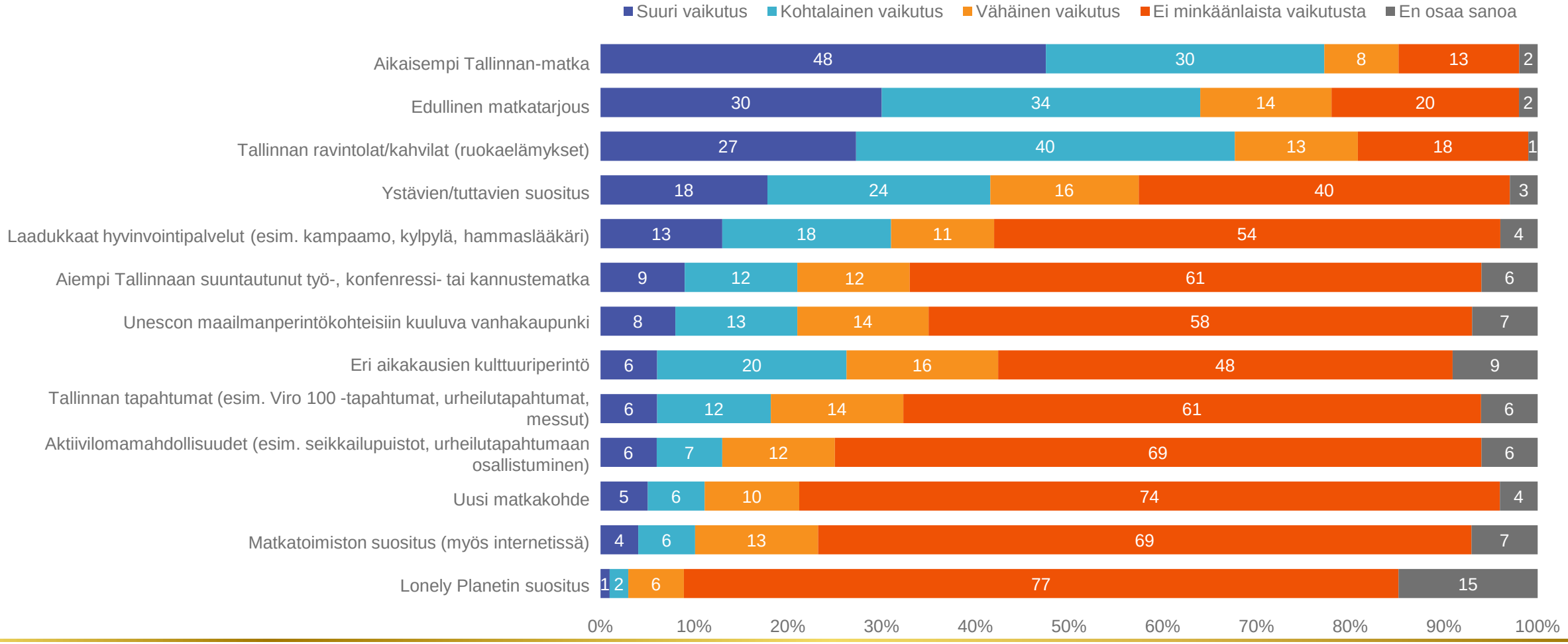
5
Tallinnan-matkan suunnittelu

Tallinnan-matkan matkustuspäätökseen suoraan vaikuttaneet tekijät

Aiempi matkakokemus, ruokaelämykset ja edullinen matkatarjous vaikuttavat

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

9. Mitkä tekijät vaikuttivat päätökseesi matkustaa Tallinnaan ja kuinka paljon?



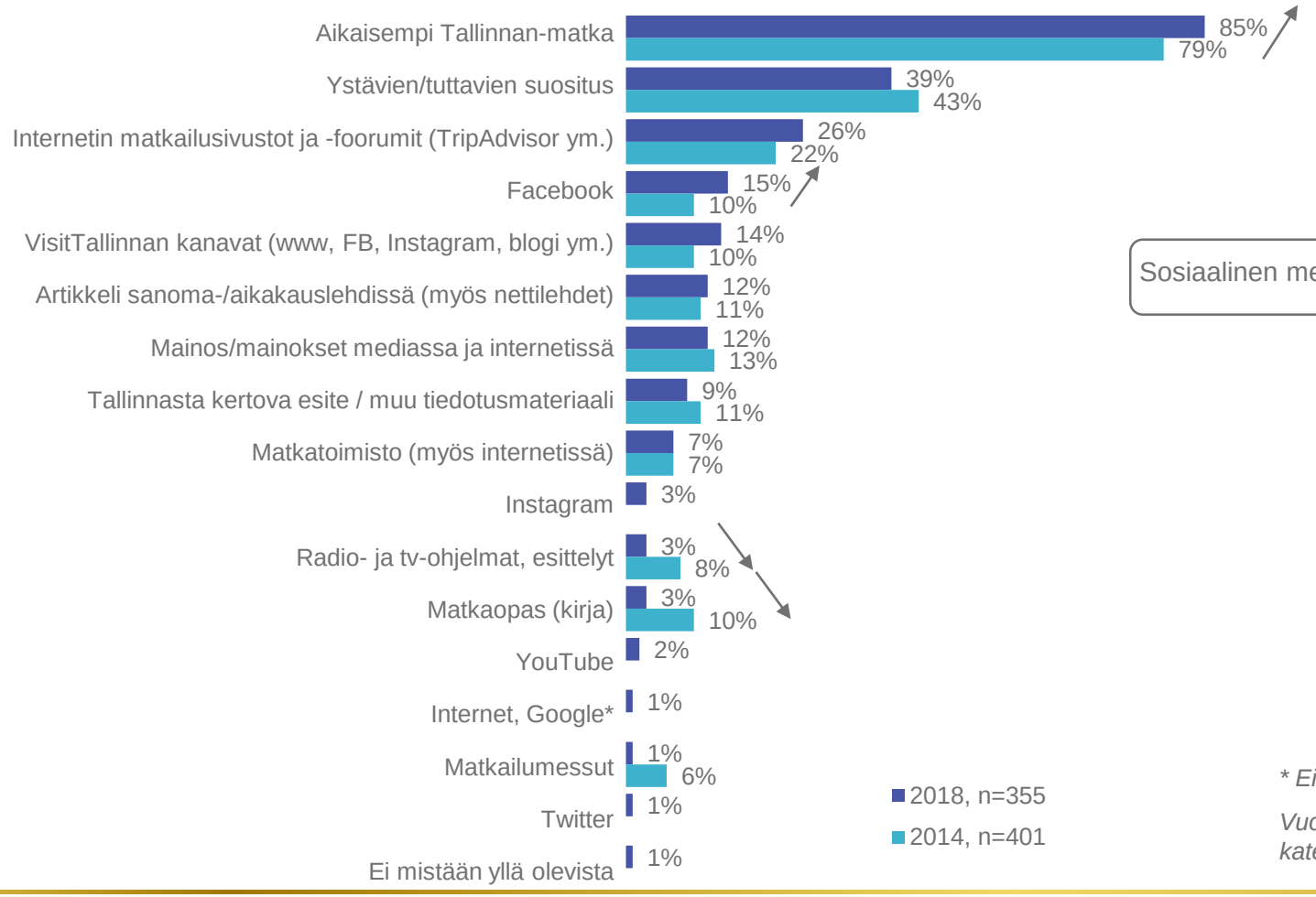
© Emor AS

Tiedon- ja inspiraationlähteet ennen Tallinnan-matkaa

Aiempien kokemusten lisäksi myös ystävien/tuttavien suositukset ja matkafoorumit vaikuttivat

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

10. Mistä lähteistä sait tietoa ja Tallinna-vinkkejä ennen matkaa?



Sosiaalinen media (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) yht. 18 %.

** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä..*

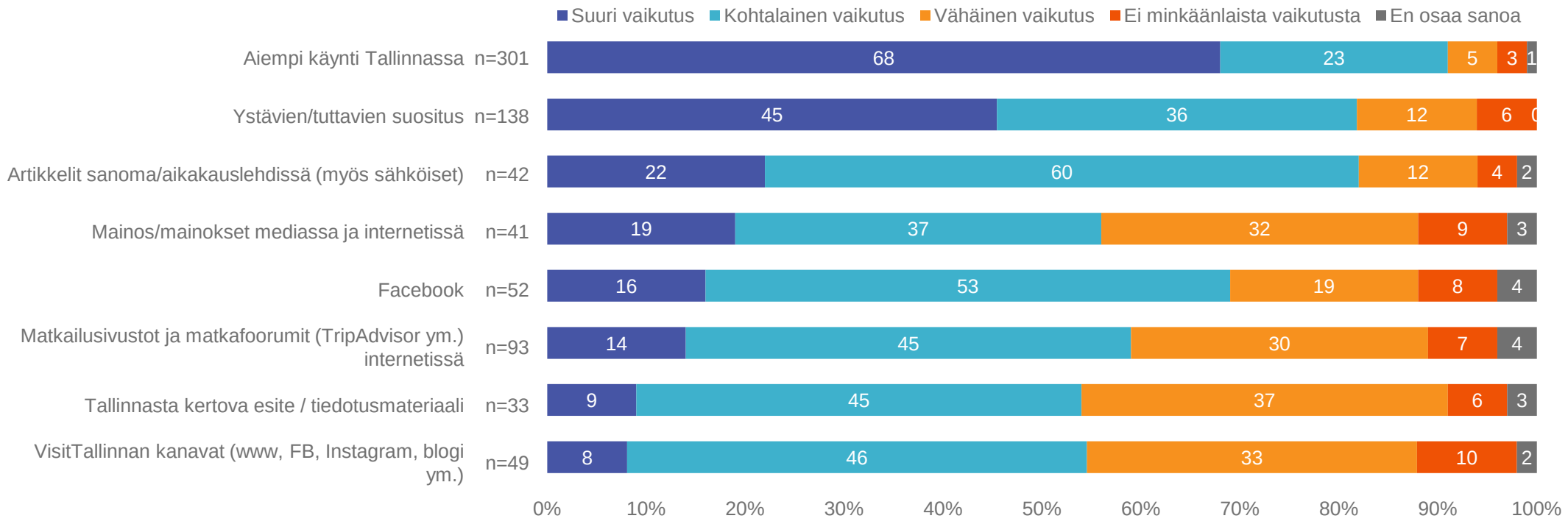
Vuoden 2014 tutkimuksessa sosiaalisen median kanavia käsiteltiin yhtenä kategoriana "Sosiaalinen media" - 10 %.

© Emor AS

Tiedon- ja inspiraationlähteet ennen Tallinnan-matkaa ja niiden vaikutus

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, jotka ovat saaneet tietoa ja inspiraatiota mainitusta lähteestä ennen matkaa

10. Mistä lähteistä sait tietoa ja inspiraatiota Tallinnasta ennen matkaa?
Kuinka suuri vaikutus seuraavilla tekijöillä oli päätökseesi matkustaa Tallinnaan?



© Emor AS

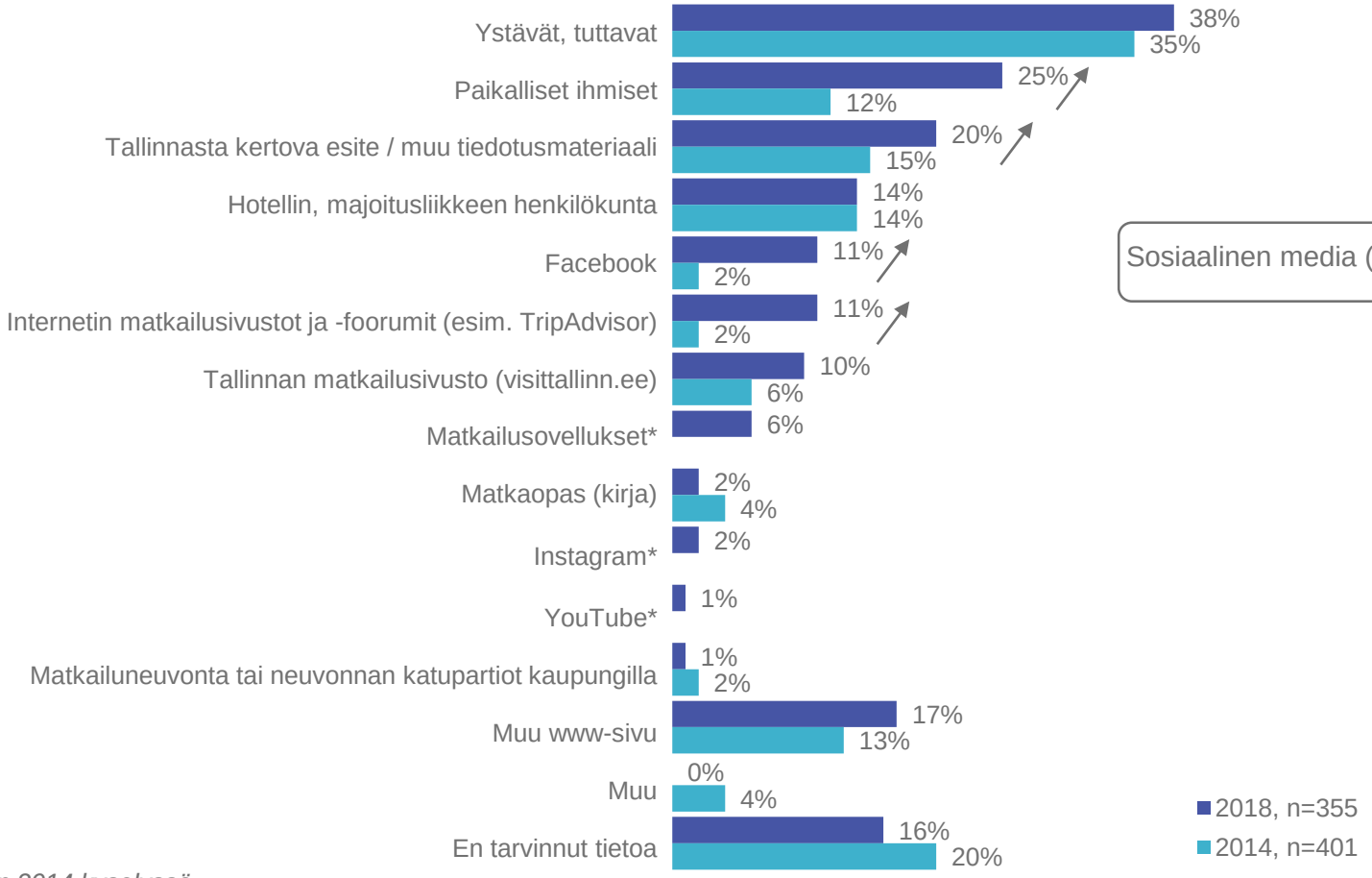
6
Matkan aikana Tallinnassa

Tietolähteet Tallinnan-matkan aikana

Yhä enemmän tietoa saadaan Facebookista ja matkailusivustoilta

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

11. Mistä näistä lähteistä sait tietoa Tallinnasta matkasi aikana?



Sosiaalinen media (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) yht. 12 %.

** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä.*

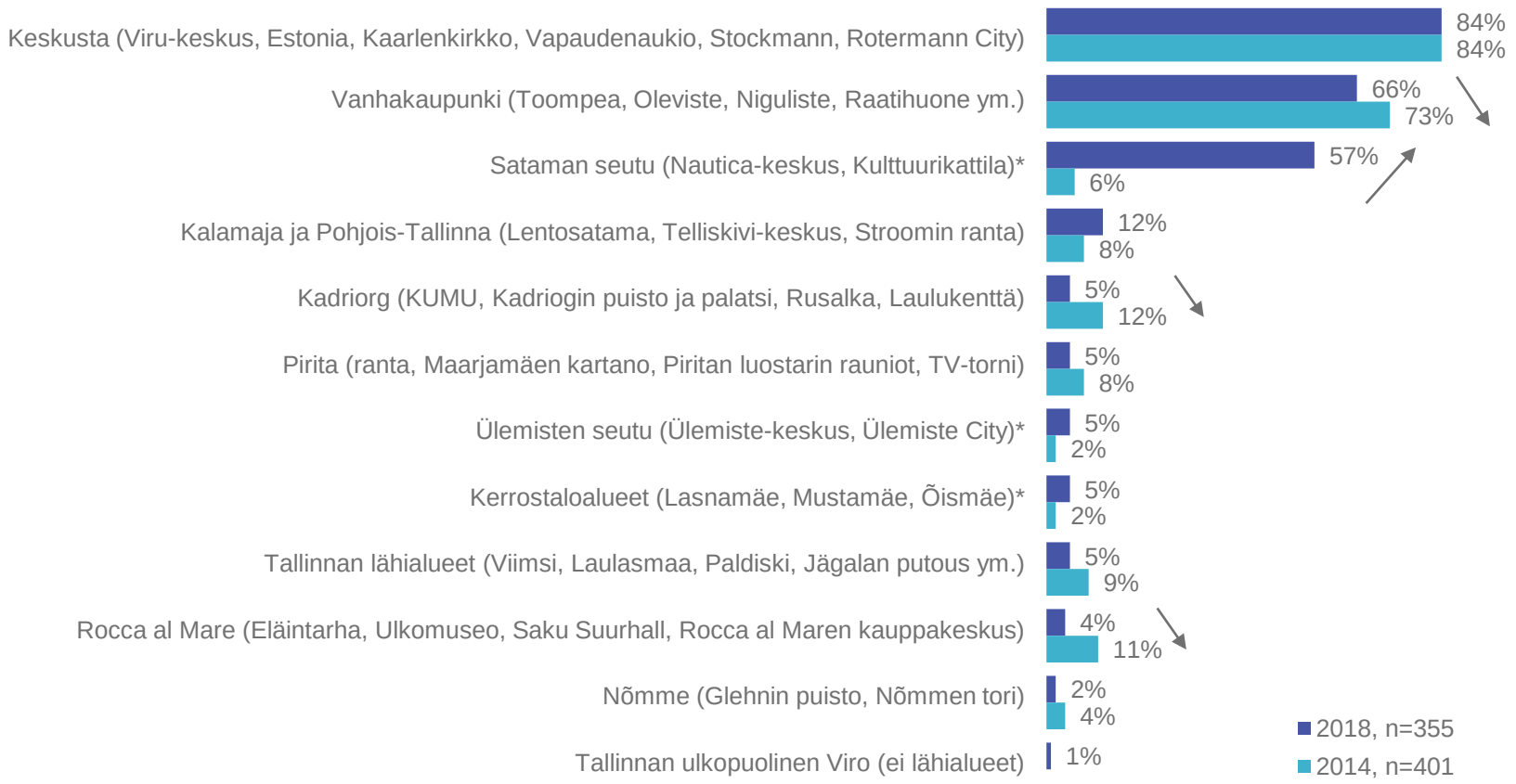
© Emor AS

Käynnit Tallinnan eri kaupunginosissa

Vierailluimmat alueet ovat edelleen keskusta ja vanhakaupunki mutta myös sataman seutu

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

14. Missä Tallinnan kaupunginosissa kävit matkasi aikana?



** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä erikseen, vertailut otettu kyselyyn saaduista vastauksista kategoriasta "muut alueet", joka on myöhemmin kooditettu.*

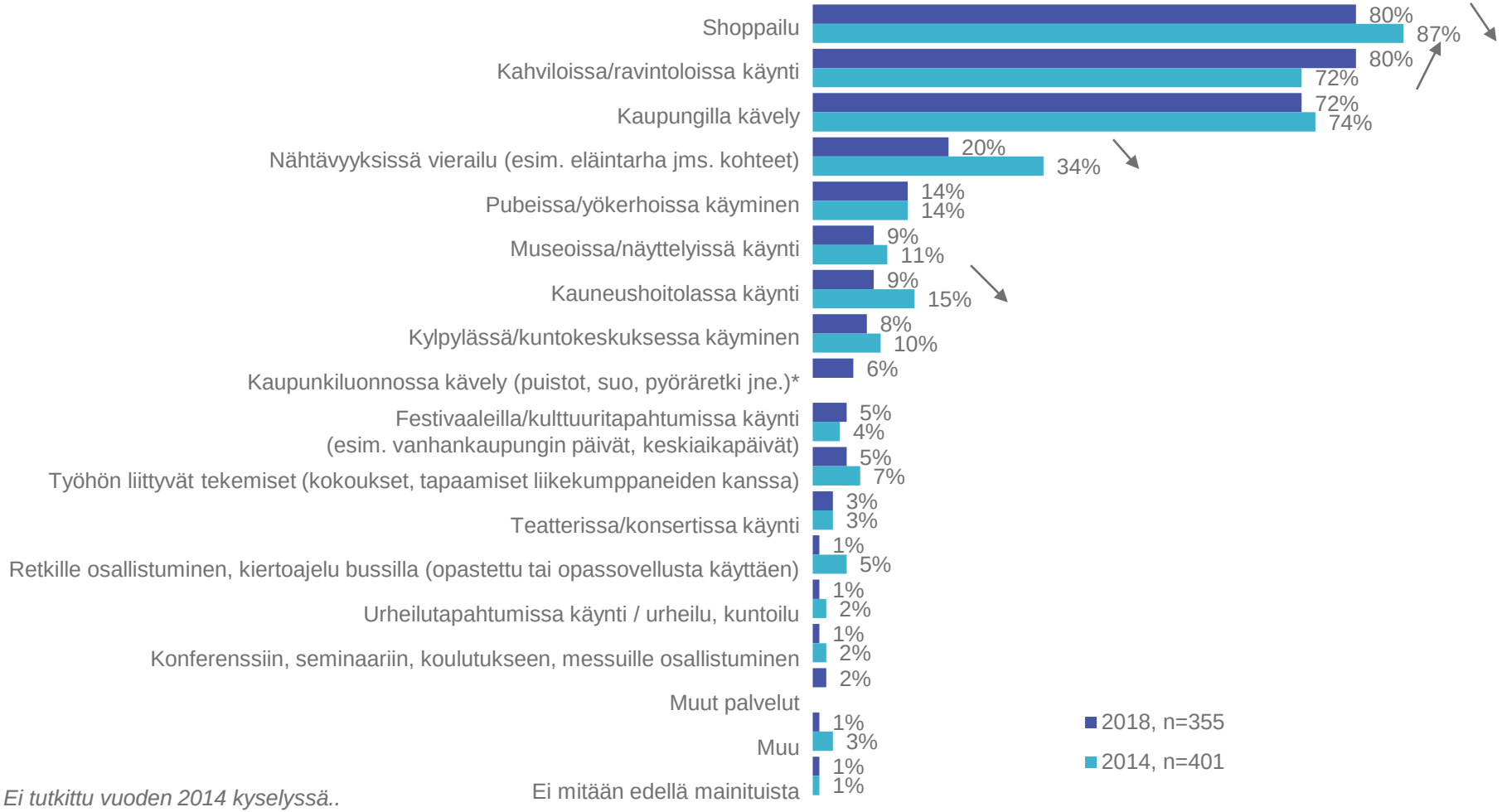
© Emor AS

Tekemiset Tallinnassa

Ostosten lisäksi tykätään käydä kahviloissa ja kävellä kaupungilla

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

15. Mitä seuraavista teit Tallinnassa?



** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä..*

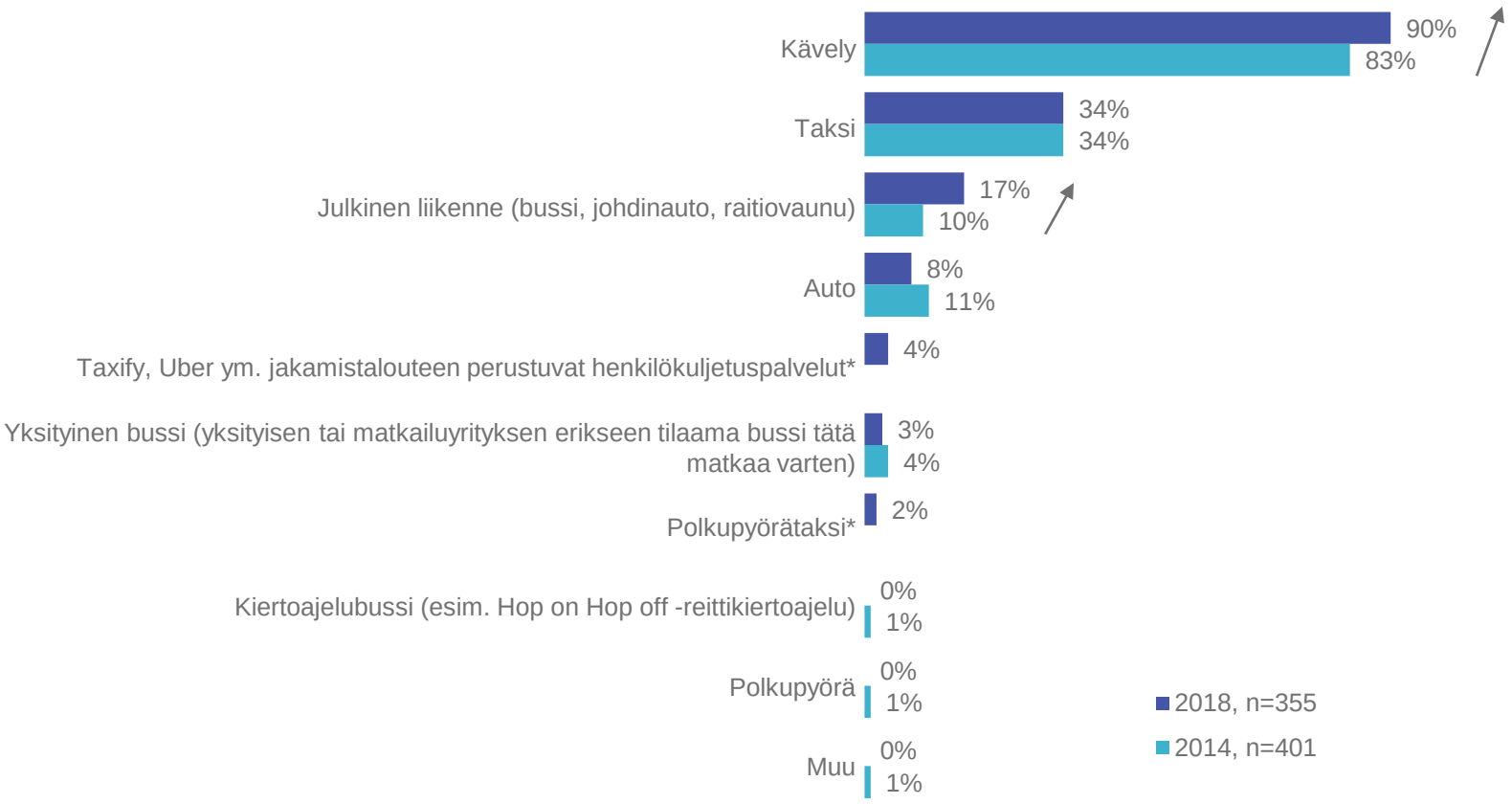
© Emor AS

Tallinnassa käytetyt kulkuneuvot

Yhä enemmän liikutaan jalan tai julkisilla

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

16. Mitä kulkuneuvoja käytit kaupungilla liikkuessasi?



** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä..*

© Emor AS

Karttojen käyttäminen Tallinnassa

Lähes puolet kävijöistä ei tarvitse karttaa, mutta tarvittaessa sähköinen kartta ja paperiversio käyvät yhtä hyvin

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

17. Millaisia karttoja käytit Tallinnassa liikkuessasi?

18. Millaista karttaa mieluiten käytät kaupungissa liikkuessasi?

- Online-karttaa suosivat 18–44-vuotiaat (n. 70 %).
- Mitä vanhempi henkilö, sitä useammin hän suosii paperista karttaa.

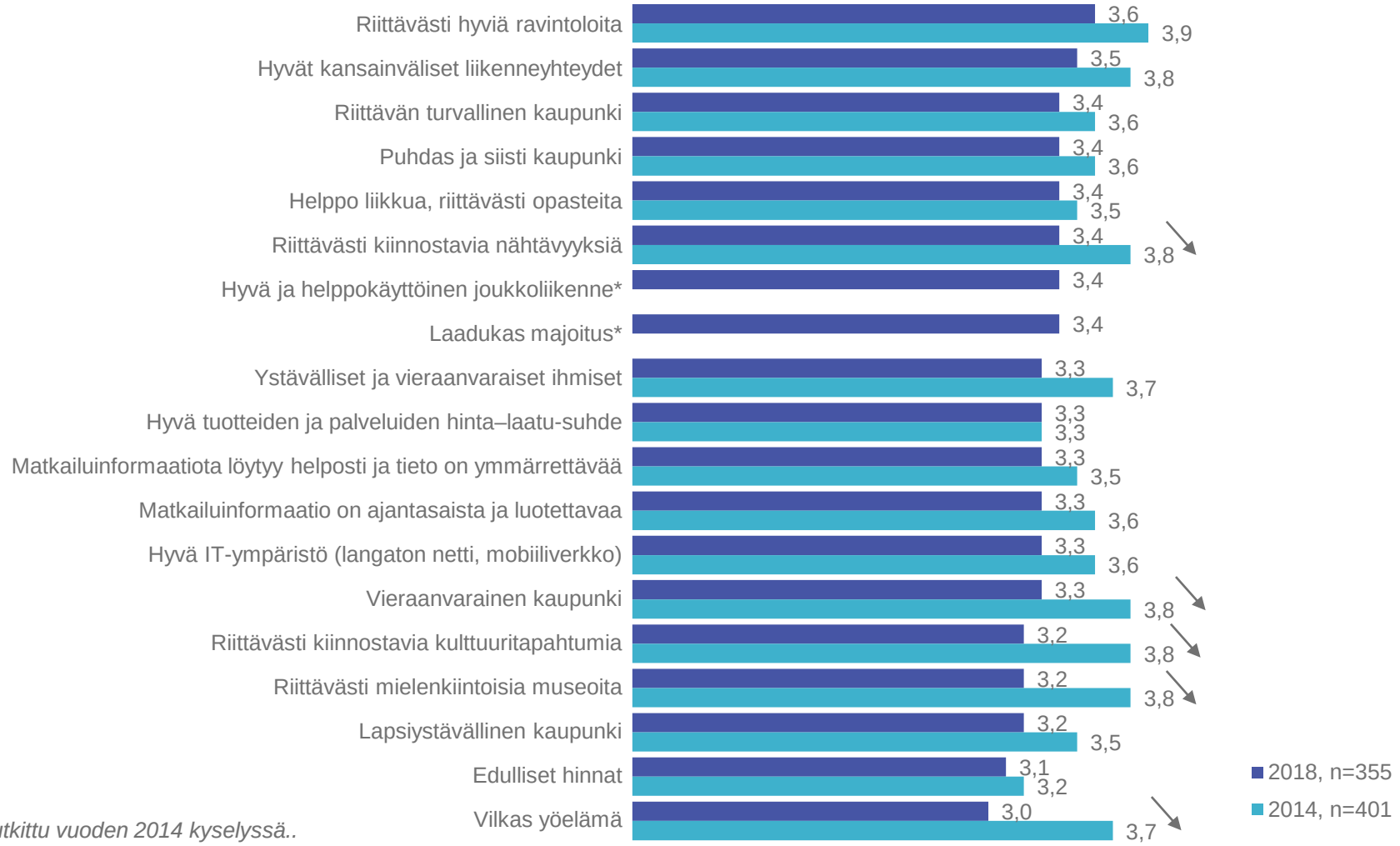
© Emor AS

Tallinnan maine (1)

Arviot useilla maineen osa-alueilla ovat laskeneet

Keskiarvo asteikolla 1–4, kun 1 on alhaisin ja 4 paras arviosana

23. Missä määrin olet samaa mieltä seuraavien Tallinnaan liittyvien väitteiden kanssa?



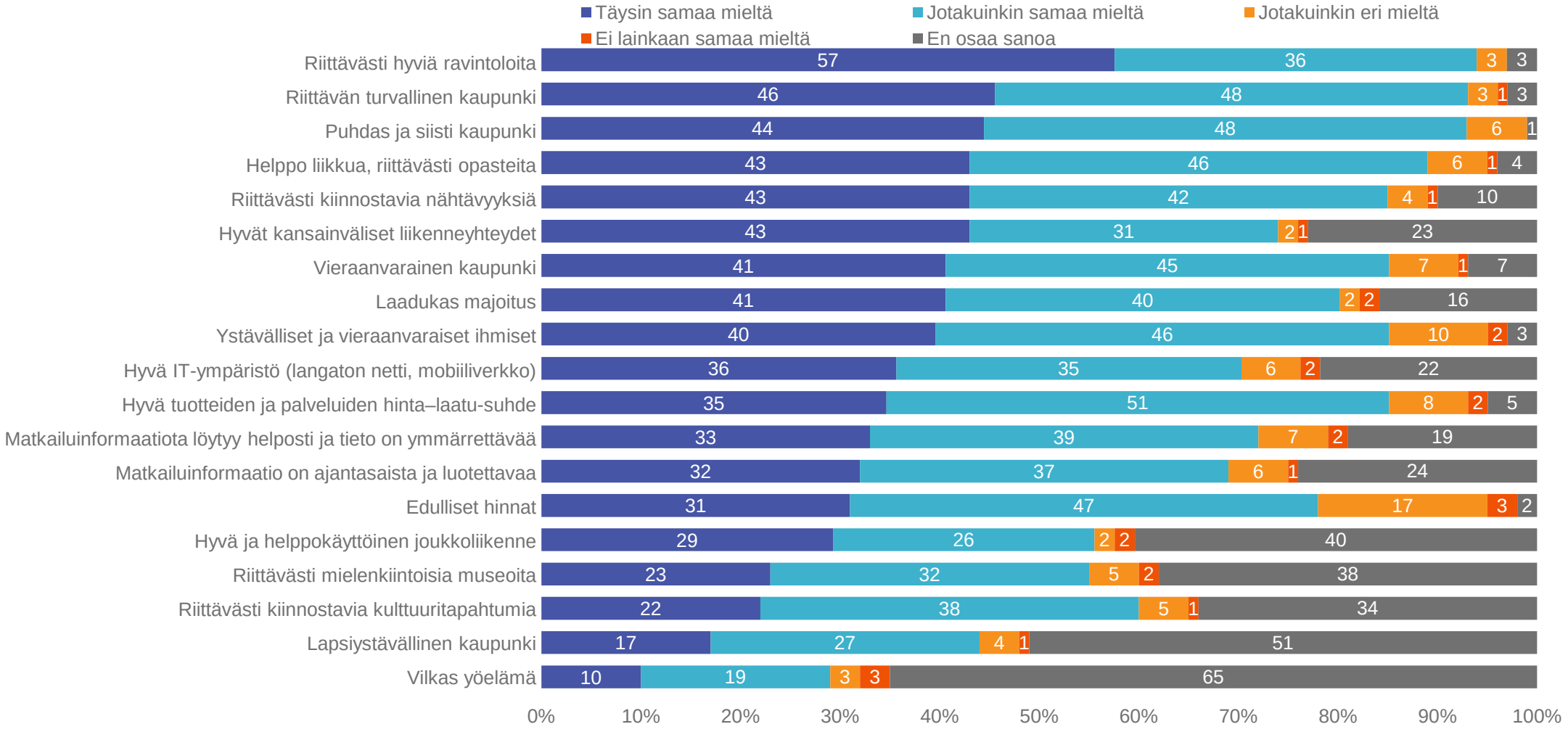
** Ei tutkittu vuoden 2014 kyselyssä..*

© Emor AS

Tallinnan maine (2)

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

23. Missä määrin olet samaa mieltä seuraavien Tallinnaan liittyvien väitteiden kanssa?



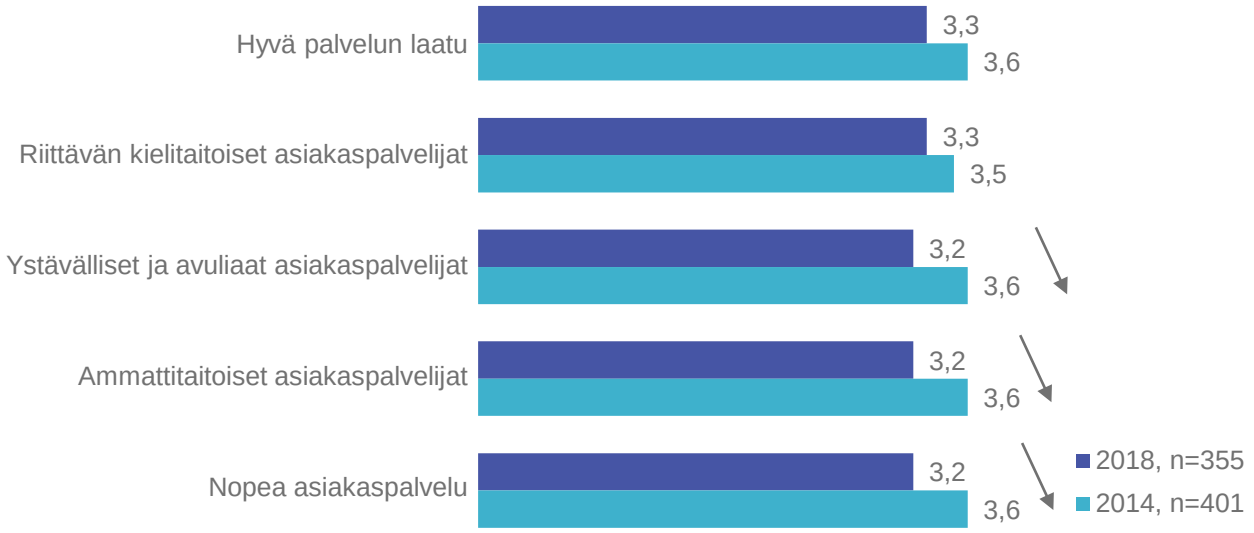
© Emor AS

Tallinnan palvelukulttuuri (1)

Arviot asiakaspalvelun ystävällisyydestä, ammattimaisuudesta ja nopeudesta ovat hieman laskeneet

Keskiarvo asteikolla 1–4, kun 1 on alhaisin ja 4 paras arvosana

24. Missä määrin olet samaa mieltä seuraavien Tallinnan palvelukulttuurista esitettyjen väitteiden kanssa?



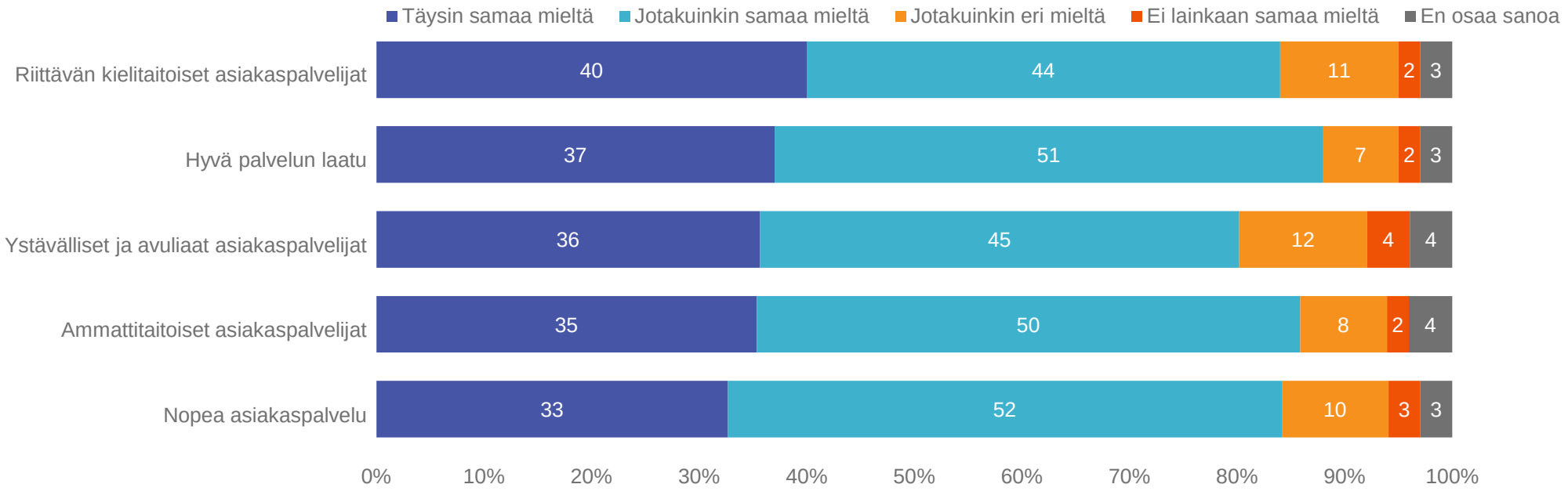
© Emor AS

Tallinnan palvelukulttuuri (2)

Enenmmistö suomalaisista matkailijoista on kuitenkin tyytyväisiä saamaansa palveluun

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

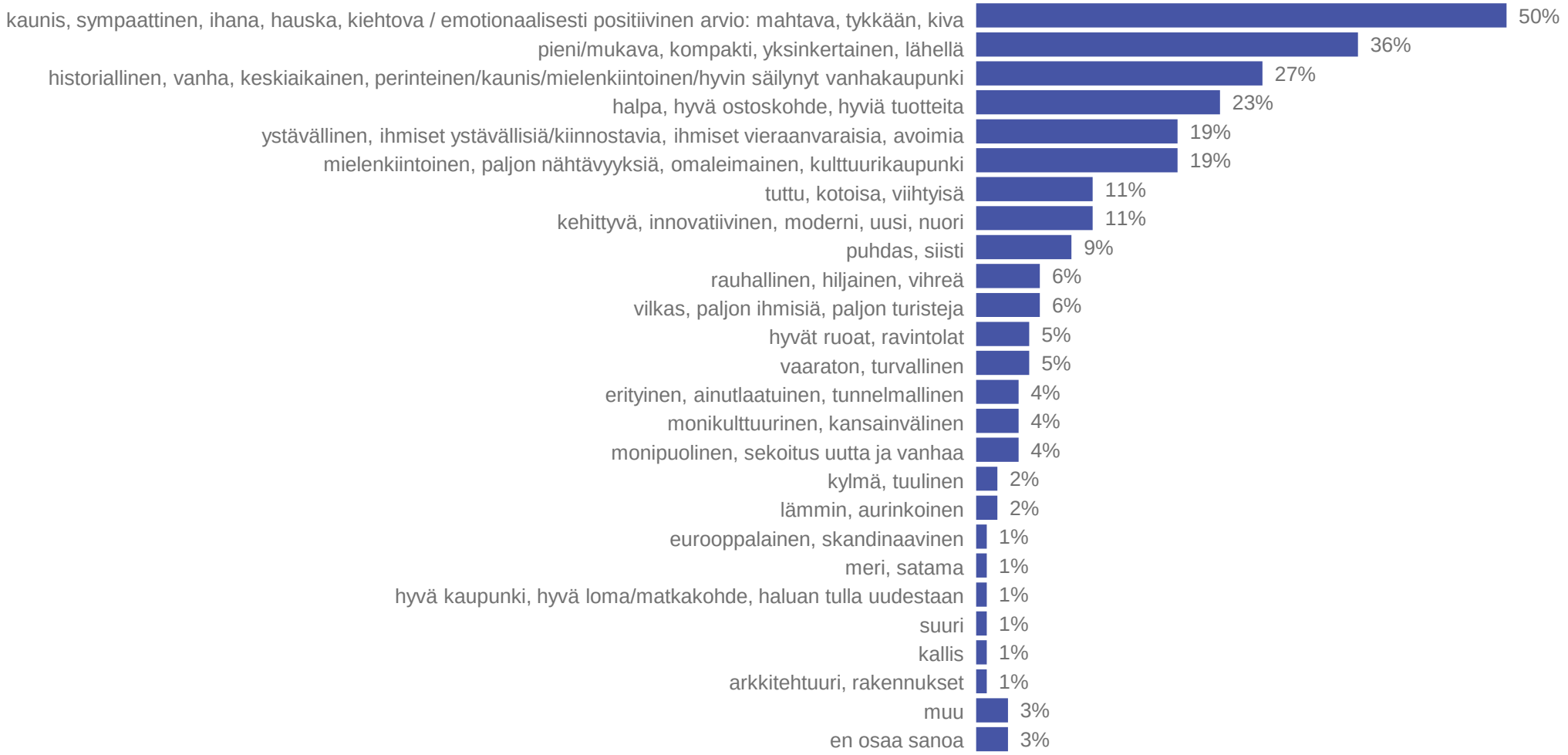
24. Missä määrin olet samaa mieltä seuraavien Tallinnan palvelukulttuurista esitettyjen väitteiden kanssa?



© Emor AS

Tallinna kolmella sanalla
Tallinnaa kuvataan positiivisin sanoin

26. Millä kolmella sanalla kuvailisit Tallinnaa?

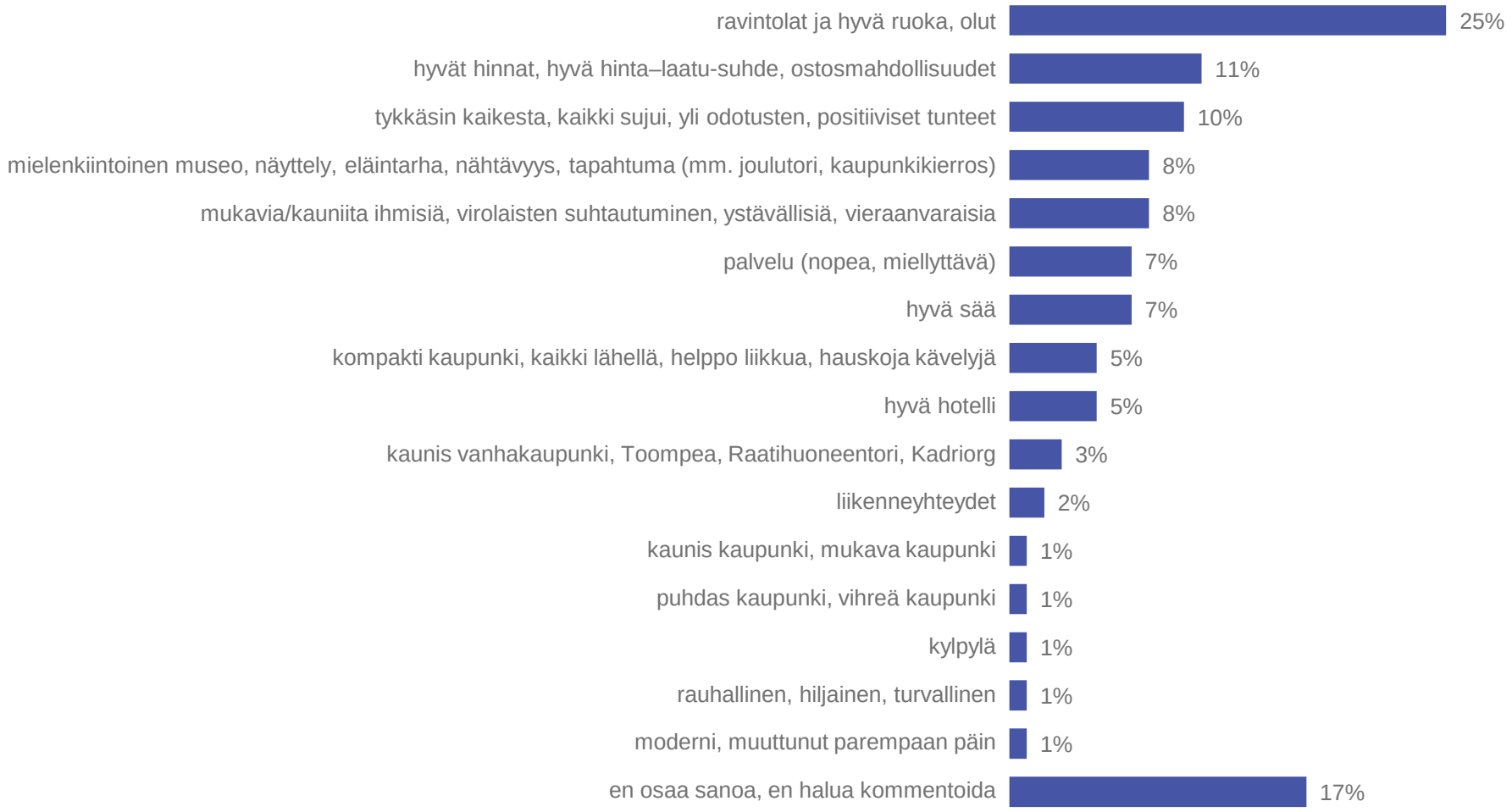


© Emor AS

Positiiviset arviot Tallinnasta

Tallinna tarjoaa ruokaelämyksiä; moni osaa mainita positiivista

27. Mihin olit Tallinnassa erittäin tyytyväinen tai mikä oli positiivisin kokemuksesi kaupungissa?



© Emor AS

Negatiiviset arviot Tallinnasta
Palvelukulttuurissa on toivomisen varaa, mutta yli puolet ei löydä mitään negatiivista

28. Mihin et ollut tyytyväinen Tallinnassa ja mikä voisi mielestäsi olla paremmin?

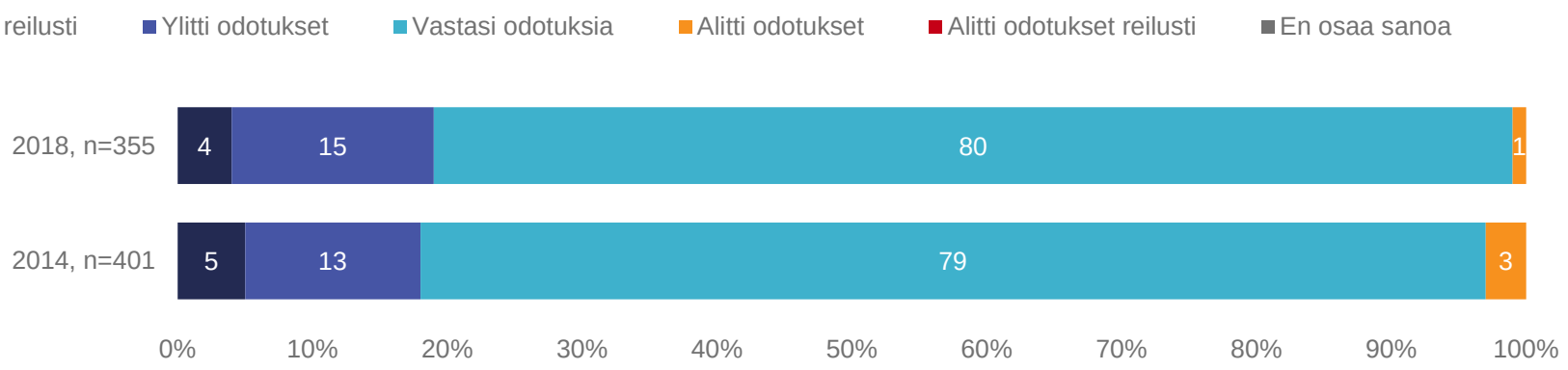
© Emor AS

Tallinnan-matkan vastaaminen odotuksiin

80 %:lle matka vastasi odotuksia, 19 %:lla ylitti odotukset

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

29. Mieti odotuksiasi ennen matkaa ja tällä matkalla kokemiasi asioita. Kuinka hyvin tämä matka vastasi odotuksiasi?



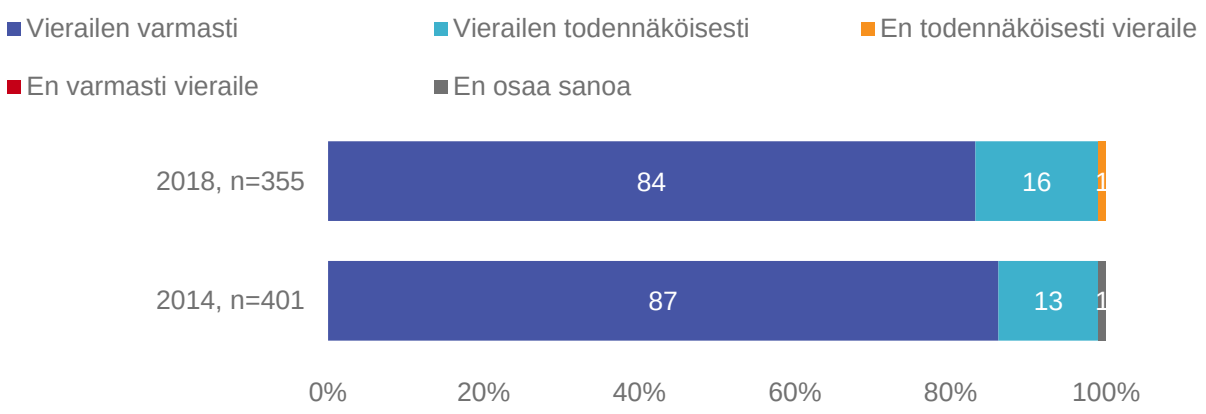
© Emor AS

Tallinnan-matkan vastaaminen odotuksiin

Melkein kaikki haluavat vierailla Tallinnassa uudestaan seuraavien viiden vuoden aikana

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

30. Kuinka todennäköistä on, että vierailet Tallinnassa uudestaan tulevan viiden vuoden aikana?



31. Mitä haluaisit ehdottomasti tehdä seuraavalla Tallinnan-matkallasi?

*Vuonna 2014 kysymys oli muotoiltu: “Jos mietit omia odotuksiasi ennen matkaa ja kokemuksiasi matkan aikana, kuinka hyvin matka vastasi odotuksiasi?”

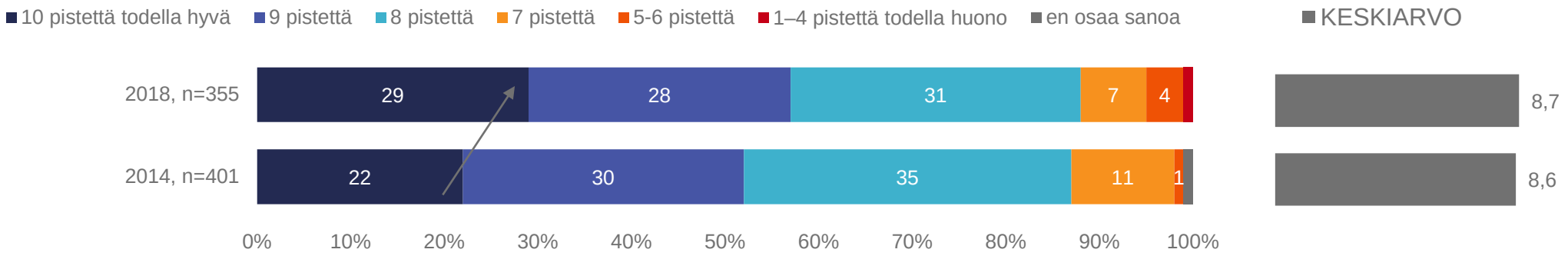
© Emor AS

Yleisvaikutelma Tallinnasta ja matkailijamääristä

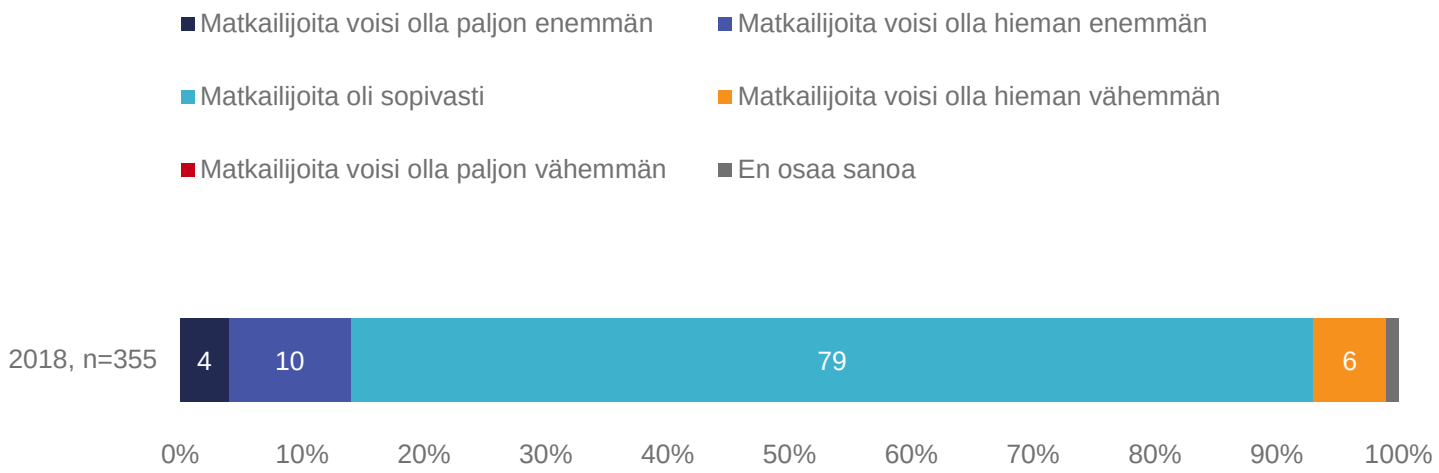
Yleisvaikutelma Tallinnan-matkasta on edelleen erittäin hyvä

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

22. Millainen mielikuva sinulle jäi matkastasi Tallinnaan? Käytä arvosanoja 1–10 (1=todella huono, 10=todella hyvä).



25. Miten arvioit matkailijoiden määrää Tallinnassa oman matkasi perusteella?



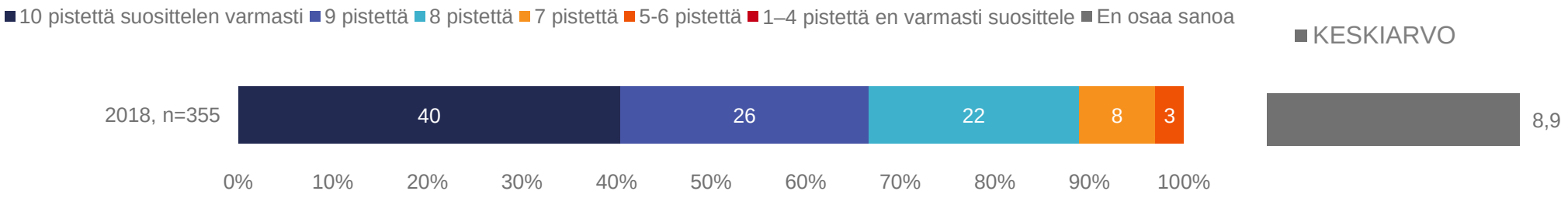
© Emor AS

Suositusviestintä

Lähes kaikki suomalaiset matkailijat suosittelisivat Tallinnaa ystävälle tai tuttavalle

% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

32. Mikäli ystäväsi/tuttavasi pyytäisi sinua suosittelemaan matkakohdetta, kuinka todennäköiesti suosittelisit hänelle Tallinnaa? Käytä arvosanoja 1–10 (1=en varmasti, 10=suosittelen varmasti).



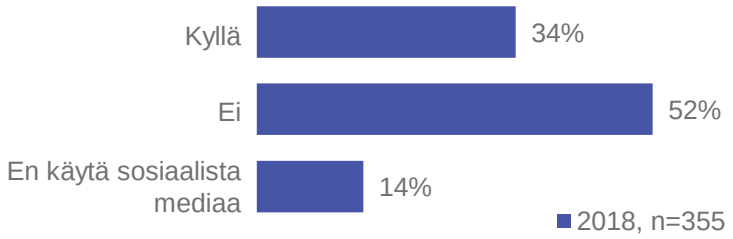
© Emor AS

Tallinnan matkavaikutelmien jakaminen sosiaalisessa mediassa

Somessa vaikutelmiaan Tallinnan-matkasta jakaa kolmannes: varsinkin 18–34-vuotiaat

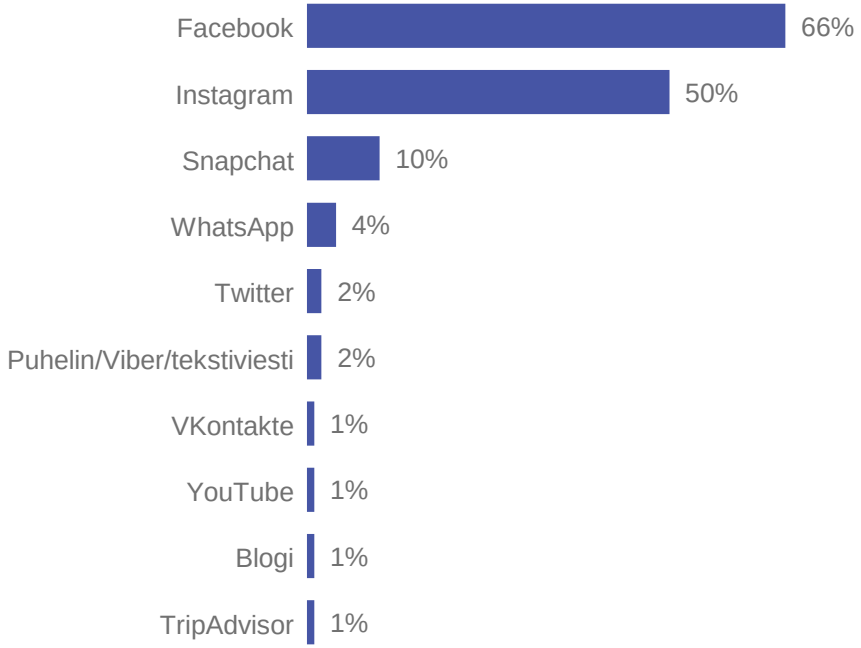
% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

12. Oletko tehnyt Tallinnan-matkasi aikana postauksia sosiaaliseen mediaan?



13. Missä sosiaalisen median kanavissa postasit/aiot postata?

% niistä, jotka jakoivat tai aikovat jakaa matkavaikutelmiaan sosiaalisessa mediassa, n=121



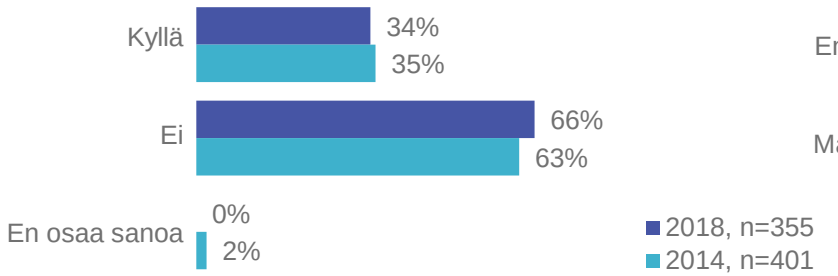
© Emor AS

Tallinn Card ja sen käyttö

Tallinn Cardin tunnettuus ja käyttö yhä alhaalla

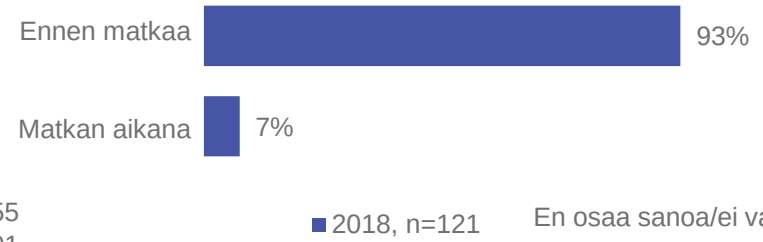
% Tallinnan ulkomaalaisista matkailijoista, n=355

19. Tiedätkö tai oletko kuullut jotain Tallinn Cardista?



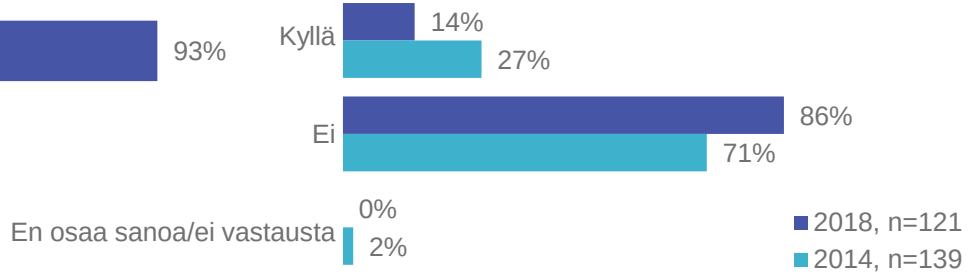
20. Kuulitko Tallinn Cardista ennen matkaa vai matkan aikana?

% niistä, jotka tiesivät Tallinn Cardin



21. Oletko käyttänyt Tallinn Cardia?

% niistä, jotka tiesivät Tallinn Cardin



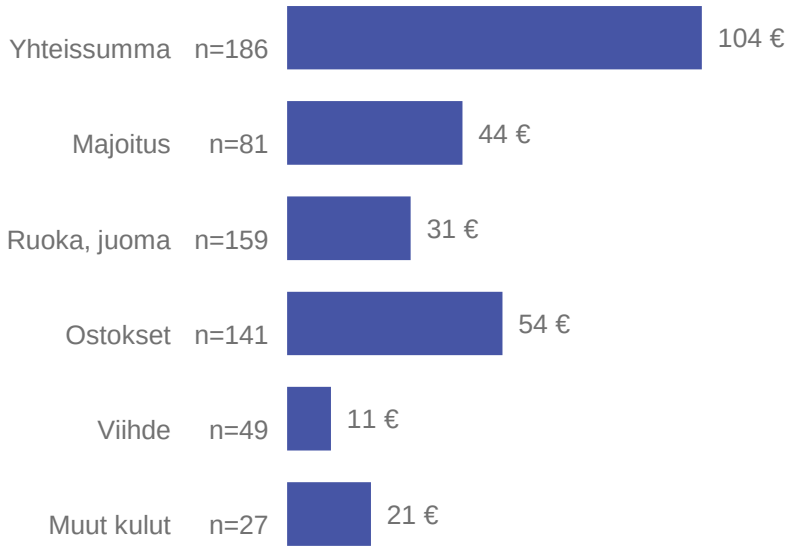
Tallinn Cardia käyttäneiden 17 henkilön arvio kortille ja sen eduille oli keskimäärin **8,8** asteikolla 1–10.

© Emor AS

Keskimääräinen rahankäyttö henkilöä kohden päivässä

Keskimäärin kulutettu summa henkilöä kohden päivässä euroina (2018)

Koskee niitä, jotka kuluttivat rahaa ja viettivät Tallinnassa korkeintaan 14 yötä



Keskimääräinen paketin hinta yhtä henkilöä kohden päivässä oli 95 € niillä, jotka yöpyivät Tallinnassa korkeintaan 14 yötä.

© Emor AS

7
Liitteet: Otantamenetelmä

Tietojen keruu

- Tutkimus toteutettiin **tablettitietokoneilla ohjattuna henkilökohtaisena haastatteluna** (*TAPI* eli *Tablet Assisted Personal Interviewing*).
- Haastattelun enimmäiskesto oli 20 minuuttia.
- Kyselyjä tehtiin suomeksi, englanniksi, venäjäksi ja saksaksi.
- Kyselyjä teki 10 tehtävään koulutettua AS Emorin haastattelijaa.
- Vuonna 2018 kyselyajanjaksot olivat: 19.–25.1., 19.–27.2., 10.–17.3., 11.–18.4., 17.–24.5., 12.–19.6., 8.–17.7., 23.–30.8., 18.–25.9., 17.–24.10., 23.–30.11., 10.–17.12.
- Risteilymatkailijoiden haastattelut tehtiin touko-, kesä-, heinä-, elo- ja syyskuun kyselyajanjaksoilla.

© Emor AS

Liite 1
Otantamenetelmä 2018

- Tutkimuksen perusjoukon muodostavat kaikki vuonna 2018 Tallinnassa käyneet ulkomaalaiset matkailijat. Tutkimuksessa haastateltiin yhteensä 1 611 ulkomaalaista matkailijaa, joista 150 oli risteilymatkailijoita.
- Otannassa vastaajat jaettiin asuinmaan mukaan siten, että Tallinnalle ensisijaiset markkinat olisivat edustettuina riittävällä haastateltujen määrällä. Ensisijaiset kohdemarkkinat ovat Suomi, Ruotsi, Norja, Iso-Britannia, Saksa, Venäjä ja Latvia. Tutkimukseen osallistui myös muista maista saapuneita matkailijoita.
- Alustavan otannan määrittelyssä otettiin perustaksi Tallinnan majoitusliikkeissä vuonna 2017 yöpyneiden ulkomaalaisten matkailijoiden tilasto. Vastaajat jaettiin:
  - vuoden eri kuukausille ottaen huomioon matkailijoiden kausittaiset vaihtelut (ts. kyselyjä tehtiin vuoden jokaisena kuukautena, kuukauden jokaisella viikolla ja kaikkina viikonpäivinä);
  - vastauspaikkojen osalta niin, että huomioitiin pääasialliset saapumistavat asuinmaittain. Pääasiallisia kyselypaikkoja ovat Tallinnan lentokenttä, Tallinnan satama, Tallinnan linja-autoasema ja Narvan raja-asema.

© Emor AS

Liite 2
Otantamenetelmä 2018

- Tutkimuksessa käytettiin ositettua otantaa. Muuttujiksi on määritelty asuinmaa ja haastattelupaikka (eli vastaajan Tallinnan poistumisväylä).
- Seuraavassa esitetään vuoden suunniteltu otos ja todellinen otos maittain ja poistumisväylittäin (S – satama, L – lentokenttä, M – manner). Risteily tarkoittaa risteilymatkustajien määrää, joka sisältyy muihin lukuihin.

Suunniteltu otos (2018)

	S	L	M	Yht.	Risteily
Suomi	325	25	0	**350**	0
Ruotsi	85	40	0	**125**	0
Norja	10	85	5	**100**	0
Iso-Britannia	80	110	10	**200**	11
Saksa	75	140	10	**225**	41
Venäjä	25	65	110	**200**	0
Latvia	5	50	95	**150**	0
Muut maat	85	40	25	**150**	98
Yhteensä:	**690**	**555**	**255**	**1500**	150

Todellinen otos (2018)

	S	L	M	Yht.	Risteily
Suomi	330	25		**355**	0
Ruotsi	87	39		**126**	0
Norja	5	95		**100**	0
Iso-Britannia	41	149	11	**201**	19
Saksa	69	168	8	**245**	40
Venäjä	28	62	111	**201**	1
Latvia	7	44	99	**150**	0
Muut maat	174	41	18	**233**	90
Yhteensä:	**741**	**623**	**247**	**1611**	150

© Emor AS

Tietojen painottaminen (1)

- Tässä raportissa tietoja on painotettu seuraavalla menetelmällä:
- **I painottamismenetelmä:**
  - 1.5.2004 alkaen on käytetty maiden tilastona yöpymisten määrää Tallinnan virallisissa majoitusliikkeissä. Maiden tilastoon on lisätty Tallinnassa maksutta majoittuneet sekä päivämatkailijat (osuudet maittain vastaavat Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden tutkimuksen vuoden 2018 tuloksia).
- **II painottamismenetelmä:**
  - Maatilaston ja Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden tutkimuksen vuoden 2018 tulosten lisäksi Tallinnassa maksutta majoittuneiden ja päivämatkailijoiden osalta on painotuksessa huomioitu myös Tallinnan sataman tilastot risteilymatkailijoista.

- Vertailtavuuden vuoksi tässä raportissa tulokset esitetään I painottamismenetelmää käyttäen, mutta arviot perusjoukkoon nähden (ts. arviot Tallinnan ulkomaalaisten matkailijoiden määrästä ja eri maiden osuuksista) esitetään II painottamismenetelmää käyttäen.
- Seuraavassa esitetään taulukoina yleisluvut, jotka olivat tietojen painottamisen perustana (I menetelmä).

© Emor AS

Tietojen painottaminen (2)

MAJOITTUNEIDEN ULKOMAALAISTEN MATKAILIJOIDEN MÄÄRÄ vuosineljänneksittäin, v. 2018 (Viron tilastoviranomaisen tietojen mukaan)					
	2018 I kv	2018 II kv	2018 III kv	2018 IV kv	YHT.
Suomi	121 354	153 992	158 755	144 145	578 246
Ruotsi	9 097	13 242	16 290	11 080	49 709
Norja	4 609	7 436	7 861	8 753	28 659
Iso-Britannia	8 542	14 186	17 085	12 252	52 065
Saksa	8 729	32 866	44 969	15 065	101 629
Venäjä	45 208	28 980	27 630	38 385	140 203
Latvia	12 608	14 315	13 523	16 109	56 555
Muut maat	60 657	130 264	181 677	83 062	455 660
Yhteensä:	**270 804**	**395 281**	**467 790**	**328 851**	**1 462 726**

ARVIO TALLINNAN ULKOMAALAISTEN MATKAILIJOIDEN KOKONAISMÄÄRÄSTÄ v. 2018, YÖPYJÄT (ei risteilyä)			
	maksettu + maksuton majoitus	päivämatkailijat	YHT.
Suomi	769 968	868 262	1 638 230
Ruotsi	62 292	16 960	79 252
Norja	38 365	3 794	42 159
Iso-Britannia	80 721	8 869	89 590
Saksa	146 439	21 303	167 742
Venäjä	175 693	33 465	209 158
Latvia	87 546	30 759	118 305
Muut maat	584 179	365 706	949 885
Yhteensä:	**1 945 203**	**1 349 118**	**3 294 321**

© Emor AS

Tietojen painottaminen (3)

ARVIO ULKOMAALAISTEN MATKAILIJOIDEN KOKONAISMÄÄRÄSTÄ v. 2018 VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN (ei risteilyä)					
	I kvarttaali	II kvarttaali	III kvarttaali	IV kvarttaali	YHT.
Suomi	343 808	436 275	449 769	408 378	1 638 230
Ruotsi	14 504	21 112	25 971	17 665	79 252
Norja	6 780	10 939	11 564	12 876	42 159
Iso-Britannia	14 699	24 410	29 399	21 082	89 590
Saksa	14 408	54 246	74 223	24 865	167 742
Venäjä	67 442	43 233	41 219	57 264	209 158
Latvia	26 374	29 945	28 288	33 698	118 305
Muut maat	126 448	271 553	378 730	173 154	949 885
Yhteensä:	**6 144 63**	**891 713**	**1 039 163**	**748 982**	**3 294 321**

Painotetun ja painottamattoman otannan vertailu 2018, ei koske risteilyjä						
	Arvio perusjoukosta	% perusjoukosta	Painotetut tulokset	% painotetusta otoksesta	Painottamattomat tulokset	% painottamattomasta otoksesta
Suomi	1 638 230	50%	727	50%	355	24%
Ruotsi	79 252	2%	35	2%	126	9%
Norja	42 159	1%	19	1%	100	7%
Iso-Britannia	89 590	3%	40	3%	182	12%
Saksa	167 742	5%	74	5%	205	14%
Venäjä	209 158	6%	93	6%	200	14%
Latvia	118 305	4%	52	4%	150	10%
Muut maat	949 885	29%	421	29%	143	10%
Yhteensä:	**3 294 321**	**100%**	**1461**	**100%**	**1461**	**100%**

© Emor AS

Tietojen keruun statistiikka

Kyselypaikka	
Satama (Tallinna)	591
Lentokenttä (Tallinna)	623
Majoitusliike (Tallinna)	1
Narva	106
Linja-autoasema (Tallinna, Pärnu)	140

Sää kyselypäivänä	
tuulinen	321
kylmä	361
aurinkoinen	700
sateinen	146
pilvipoutainen	471

Kyselykuukausi	
tammikuu	81
helmikuu	91
maaliskuu	134
huhtikuu	122
toukokuu	114
kesäkuu	140
heinäkuu	142
elokuu	145
syyskuu	163
lokakuu	120
marraskuu	134
joulukuu	75

Kyselyn viikonpäivä	
maanantai	270
tiistai	279
keskiviikko	209
torstai	173
perjantai	150
lauantai	143
sunnuntai	237

© Emor AS

Liite 2
Projektin työntekijät

Tutkimuksen eri vaiheissa osallistuivat ja olivat vastuussa:

Tilaajan yhteyshenkilö:	Karen Alamets
Tutkimussuunnitelman ja -raportin laatija:	Annette Schultz, Jaanika Hämmal
Otannan suunnittelija:	Katre Seema
Kyselyiden koordinaattori:	Margit Puskar
Tietojen käsittely:	Alje Roopärg
Gradiikka:	Maire Nõmmik

© Emor AS