



GRANULAR

Etelä-Savon matkailukysely 2025

Michael Kull & Kirsi Korhonen

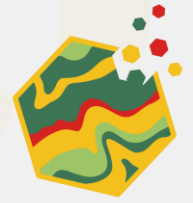
Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them. UK participants in the GRANULAR project are supported by UKRI- Grant numbers 10039965 (James Hutton Institute) and 10041831 (University of Southampton).



**Funded by
the European Union**

SISÄLTÖ

1) Tiivistelmä & Summary.....	3
2) Kuka matkustaa Etelä-Savoon.....	5
3) Vierailun motiivit ja kestävä matkailu.....	11
4) Majoittuminen, viipymä, kulutus ja paikallistalous.....	15
5) Tyytyväisyys ja palvelupaineet.....	21
6) Matkailukokemukset.....	27
7) Appendix: Menetelmä ja kiitokset.....	33



GRANULAR

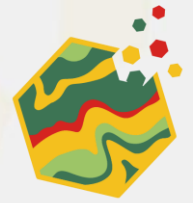


Funded by
the European Union

1. TIIVISTELMÄ

- **Etelä-Savon matkailijakysely 2025 (271 vastaajaa)** osoittaa, että alueen **matkailu nojaa vahvasti kotimaiseen kysyntään**, erityisesti Uudeltamaalta ja omasta maakunnasta tuleviin matkailijoihin.
- **Vastaajaprofiili painottuu 55+ -vuotiaisiin**, jotka matkustavat pääosin **puolison tai perheen kanssa** ja vierailevat alueella useimmiten **toistuvasti**.
- **Korkea kakkosasuntojen omistajuus** vahvistaa sitoutumista.
- **Matkailun vetovoima** perustuu **kulttuuriin, luontoon, järvimaisemiin ja ruokakokemuksiin**.
- **Kestävä matkailu tunnetaan**, mutta konkreettinen **osallistuminen jää usein kevyisiin arjen valintoihin**.

- **Saapuminen ja liikkuminen** nojaa vahvasti **yksityisautoiluun**, mikä rajoittaa autottomien matkailijoiden mahdollisuuksia.
- **Tyytyväisyys palveluihin on erittäin hyvä**, ja suositteluhalukkuus korkea (NPS 51).
- **Kehittämistarpeita** liittyy **saavutettavuuteen, ravintoloiden aukioloaikoihin, nuorempien kohderyhmien tavoittamiseen sekä sesonkien pidentämiseen**.
- Kokonaisuutena alueella nähdään **merkittävää potentiaalia ympärivuotisen ja kestävän matkailun vahvistamiseen**.



GRANULAR



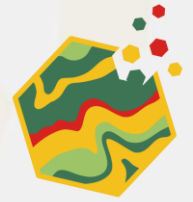
Funded by
the European Union

1. SUMMARY

- **The South Savo Visitor Survey 2025 (271 respondents)** shows that tourism in the region relies strongly on domestic demand, particularly from visitors coming from Uusimaa and from within the region itself.
- The respondent profile is weighted toward people aged 55+, who travel mainly with a spouse or family and tend to visit the area repeatedly.
- High levels of second-home ownership strengthen visitors' attachment to the region.
- The main attractions are culture, nature, lake landscapes, and food experiences.
- Sustainable tourism is well recognized, but concrete engagement often remains limited to light, everyday choices.
- Arrival and local mobility rely heavily on

private cars, which restricts options for visitors without access to a car.

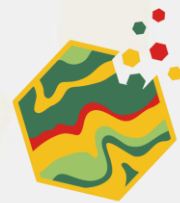
- Satisfaction with services is very high, and willingness to recommend the destination is strong (NPS 51).
- Development needs include improving accessibility, extending restaurant opening hours, reaching younger target groups, and lengthening the tourism seasons.
- Overall, the region is seen as having significant potential to strengthen year-round and sustainable tourism.



GRANULAR



Funded by
the European Union



GRANULAR



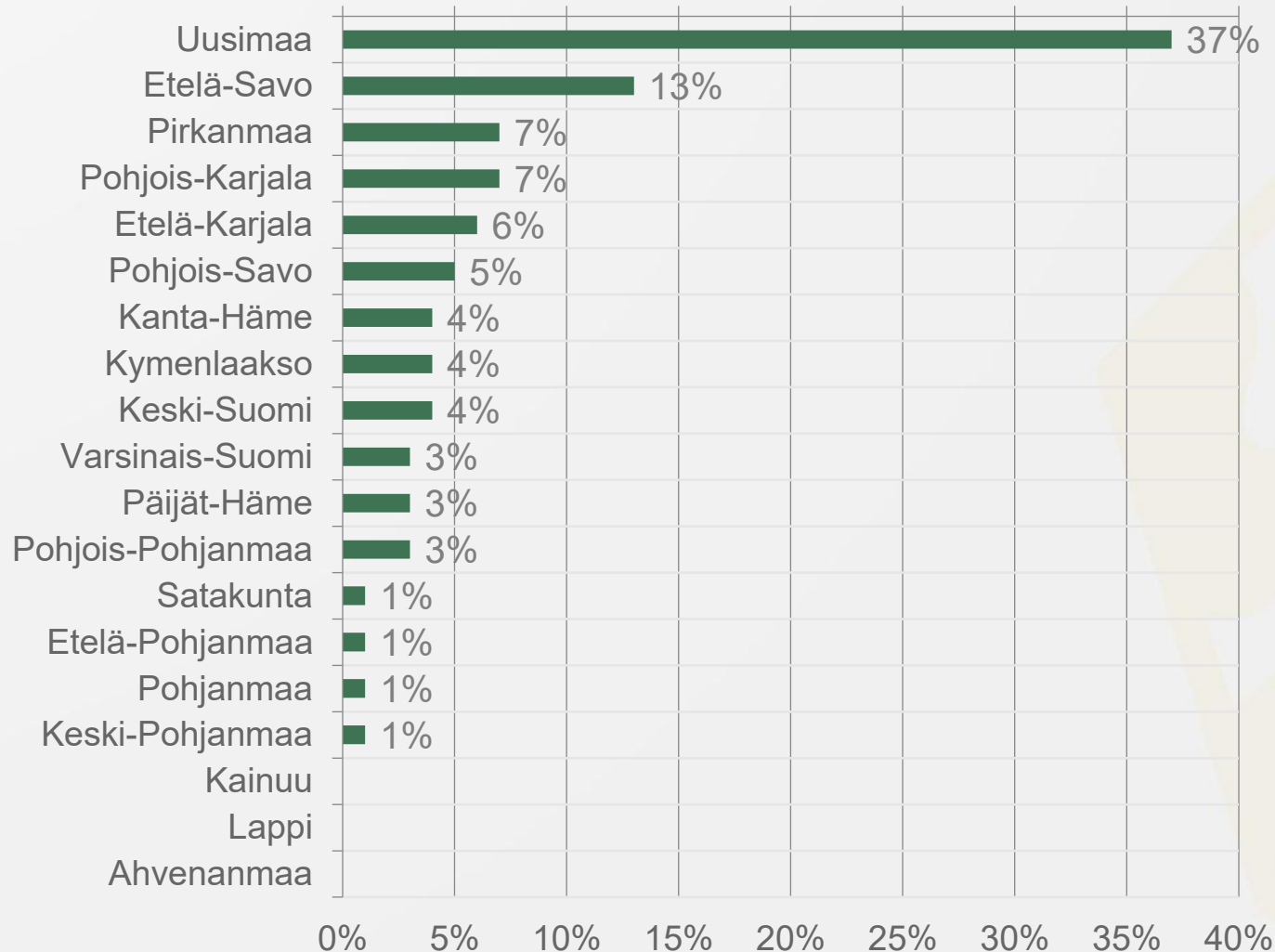
Funded by
the European Union

2. KUKA MATKUSTAA ETELÄ-SAVOON?*

* Esitetyt havainnot perustuvat kyselyyn vastanneiden (n≈270) näkemyksiin. Tuloksia ei tule tulkita koko kävijäjoukon tilastollisena yleistykseenä, mutta ne antavat hyvän kuvan vastaajien kokemuksista, matkailumotiiveista ja palvelutarpeista.

2. KUKA MATKUSTAA ETELÄ-SAVOON?

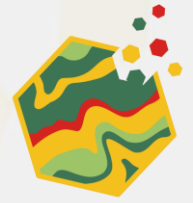
Asuinmaakunta



Suurin osa Etelä-Savoon matkustavista asuu Uudellamaalla (37 %), mikä korostaa pääkaupunkiseudun merkitystä alueen matkailussa.

Etelä-Savon omat asukkaat (13 %) muodostavat **toiseksi suurimman ryhmän**, mikä viittaa myös paikalliseen liikkumiseen ja lähimatkailuun.

Kokonaisuutena **Etelä-Savo houkuttelee pääasiassa eteläisen ja itäisen Suomen asukkaita**, erityisesti läheisiltä ja helposti saavutettavilta alueilta. Tämä viittaa lyhyen matkan kotimaanmatkailuun ja vapaa-ajan asumiseen.



GRANULAR



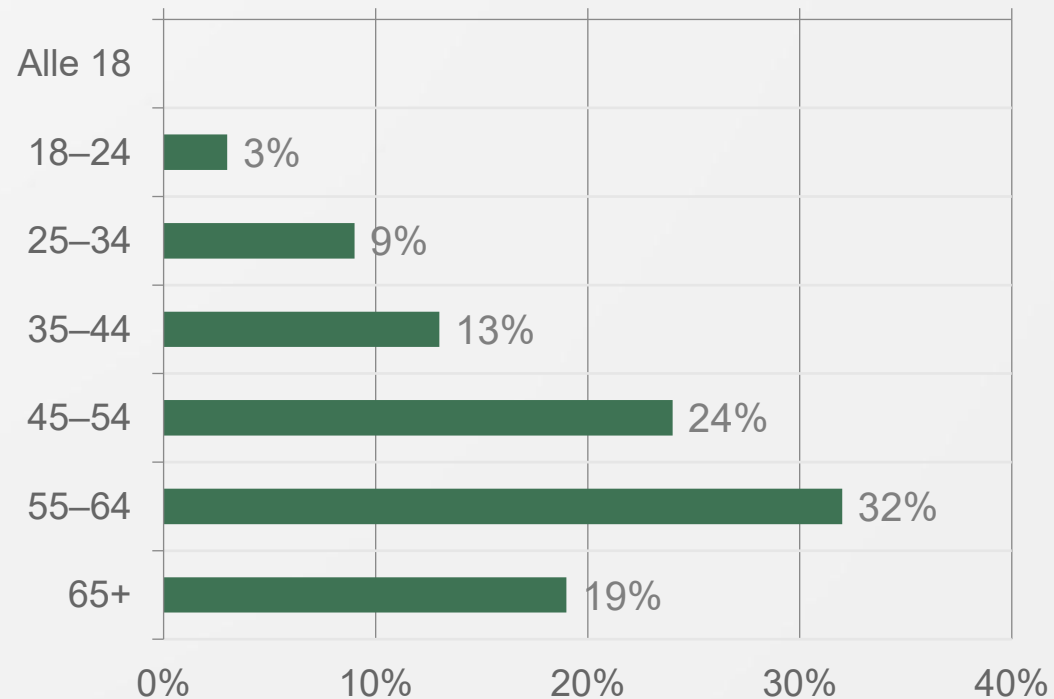
LEADER
SavonLuotsi



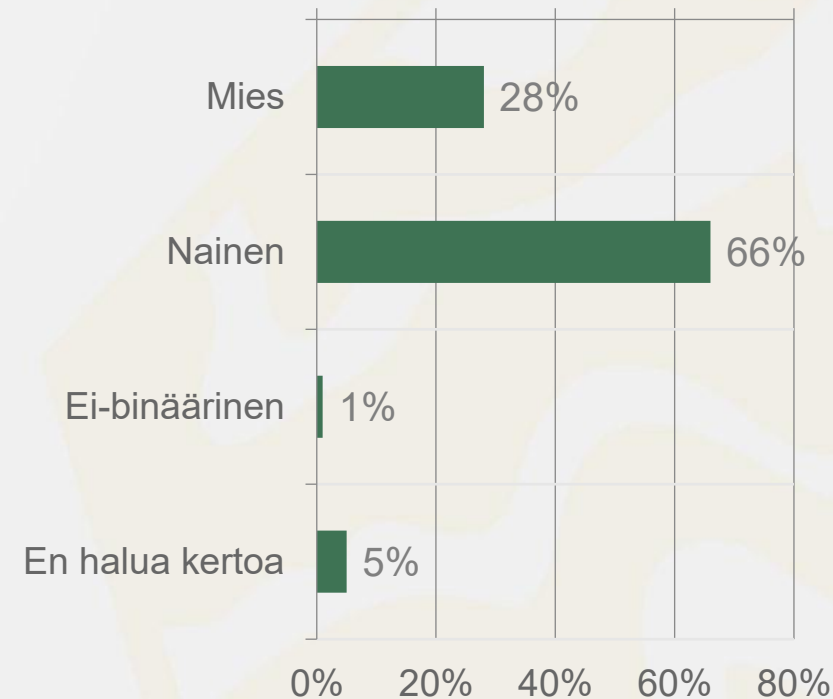
Funded by
the European Union

2. KUKA MATKUSTAA ETELÄ-SAVOON?

Ikä

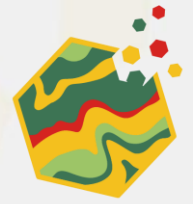


Sukupuoli



Etelä-Savossa käy monen ikäisiä matkailijoita, mutta kyselyn perusteella **suurin ryhmä (51 %)** ovat vanhemmat, vähintään 55-vuotiaat matkailijat, ja **pienin ryhmä** nuoret, alle 35-vuotiaat matkailijat (12 %).

Selvä enemmistö (66 %) vastaajista oli **naisia**, mutta on huomioitava, että useimmilla on mukana myös muita matkakumppaneita.



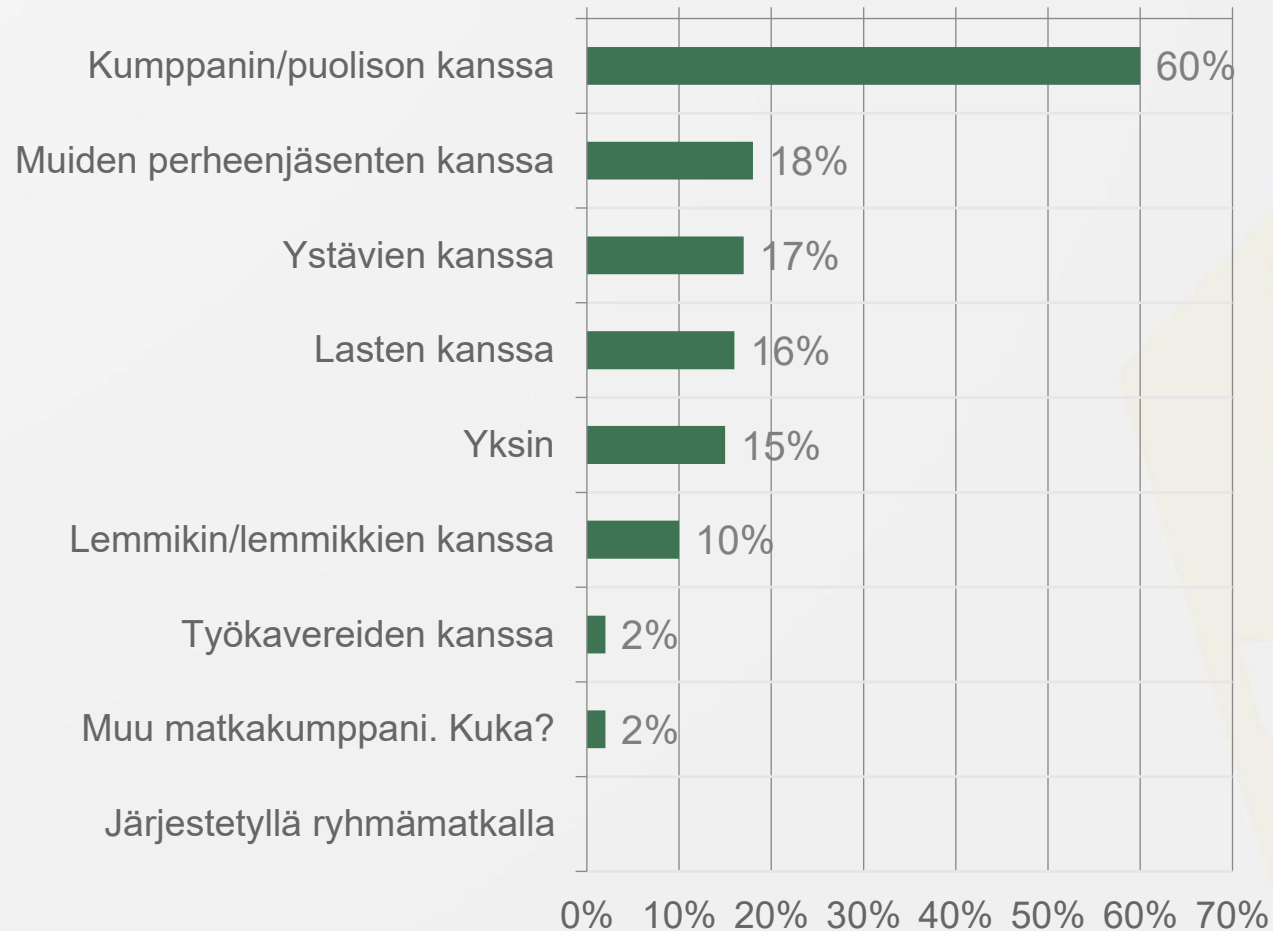
GRANULAR



Funded by
the European Union

2. KUKA MATKUSTAA ETELÄ-SAVOON?

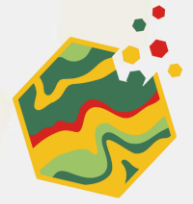
Matkaseura



Yleisimmin Etelä-Savossa vieraillaan aikuisten kesken.

Useimmilla matkakumppanina on oma kumppani/puoliso (60 %). Lisäksi osalla matkailijoista on mukana muita **perheenjäseniä (18 %), ystäviä (17 %), lapsia (16 %), ja/tai lemmikkejä (10 %).**

Etelä-Savossa käy jonkin verran myös yksin matkustavia (15 %).



GRANULAR



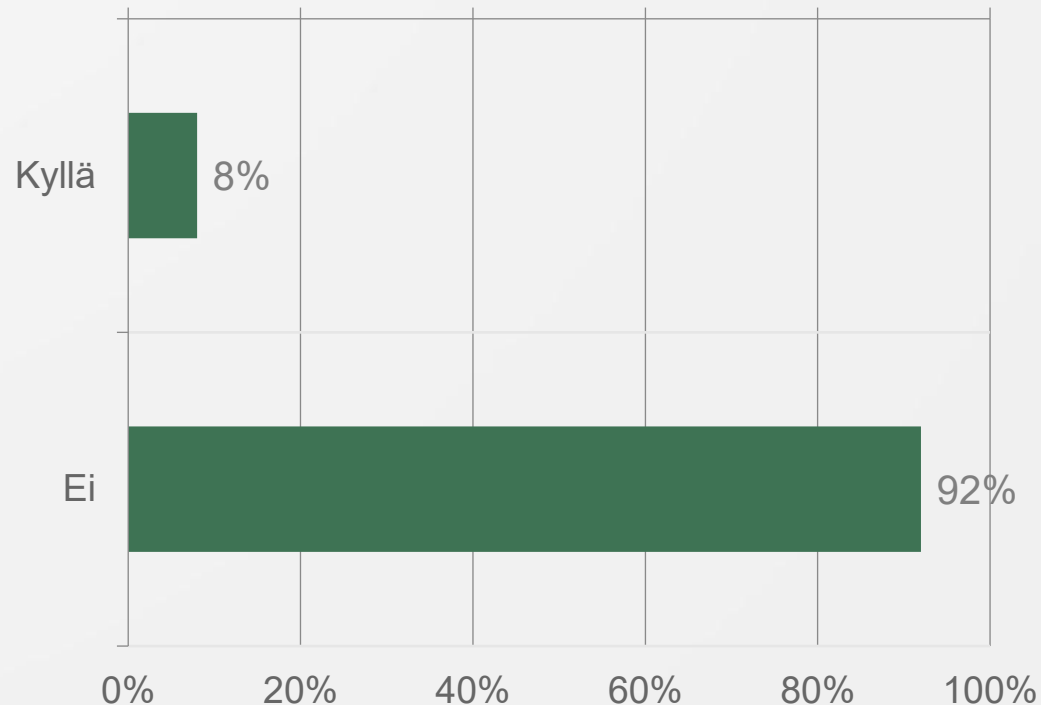
LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

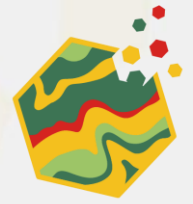
2. KUKA MATKUSTAA ETELÄ-SAVOON?

Ensikertalaiset



Suurin osa Etelä-Savoon matkustavista on alueelle uudelleen palaavia matkailijoita (92 %).

Etelä-Savo houkuttelee myös uusia matkailijoita, sillä vajaa kymmenesosa (8 %) matkailijoista vieraili maakunnassa ensimmäistä kertaa. Heistä vajaa puolet (43 %) oli kuullut kohteesta ystäviltään tai sukulaisiltaan, ja noin 38 % erilaisilta matkailusivustoilta tai –blogeista.



GRANULAR



LEADER
SavonLuotsi

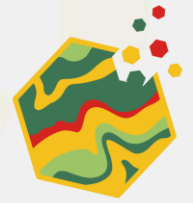


Funded by
the European Union

2. KUKA MATKUSTAA ETELÄ-SAVOON?

YHTEENVETO

- **Kävijävirrat painottuvat kotimaan suuriin väestökeskittymiin, erityisesti Uudellemaalle.** Yli kolmannes matkailijoista asuu Uudellamaalla (37 %), mikä korostaa pääkaupunkiseudun merkitystä Etelä-Savolle. Myös oman maakunnan asukkaat muodostavat merkittävän ryhmän (13 %), mikä kertoo aktiivisesta lähimatkailusta ja vapaa-ajan asumisesta.
- **Kävijäprofiili on vahvasti iäkkäämpi.** Yli puolet vastaajista on vähintään 55-vuotiaita (51 %), kun taas alle 35-vuotiaita on vain 12 %. Tämä heijastaa alueen vetovoimaa rauhallisena, luonto- ja kulttuuripainotteisena kohteena, mutta myös haasteita nuorempien kävijöiden tavoittamisessa.
- **Naiset muodostavat selkeän enemmistön vastaajista.** 66 % vastaajista oli naisia, vaikka matkaseurueissa on tyypillisesti mukana myös muita.
- **Matkaseura painottuu aikuispareihin, mutta monipuolisuus on suurta.** Yleisin matkaseuralainen on oma kumppani/puoliso (60 %). Samalla alueella vieraillaan myös ystävien (17 %), perheenjäsenten (18 %) tai lasten (16 %) kanssa. Yksin matkustavia (15 %) ja lemmikkien kanssa liikkuvia (10 %) on selkeä, mutta pienempi segmentti, mikä osoittaa matkailun monimuotoisuutta.
- **Korkea palaavien kävijöiden osuus kertoo vahvasta sitoutumisesta.** 92 % matkailijoista on aiemmin vierailut alueella. Tämä on poikkeuksellisen korkea luku, ja se tukee havaintoa, että Etelä-Savo toimii ”vakiokohteena” erityisesti mökkiläisille ja lähialueiden asukkaille. Ensikertalaisia on vain 8 %, mikä viittaa toisaalta potentiaaliin laajentaa näkyvyyttä uusille asiakasryhmille.
- **Ensikertalaiset tulevat useimmiten tuttavien suositusten ja digitaalisten kanavien myötä.** Lähes puolet heistä kuuli kohteesta ystäviltä tai sukulaisilta (43 %), ja noin 38 % matkailusivustoilta tai blogeista. Tämä korostaa sekä sosiaalisen verkoston, että verkkonäkyvyyden merkitystä matkailun kasvulle.

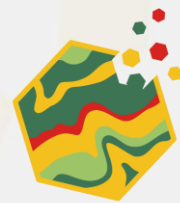


GRANULAR



Funded by
the European Union

3. VIERAILUN MOTIIVIT JA KESTÄVÄ MATKAILU



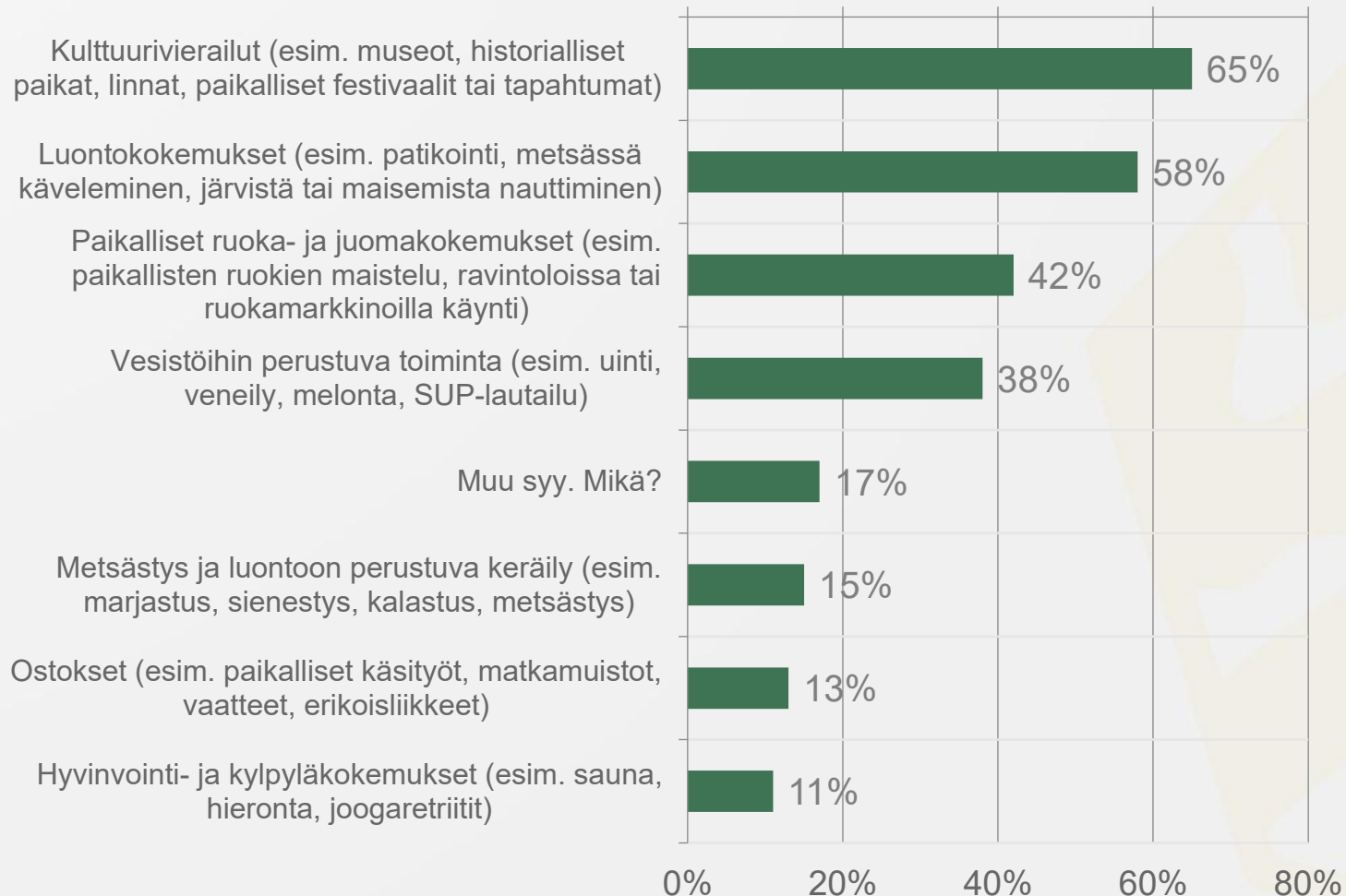
GRANULAR



Funded by
the European Union

3. VIERAILUN MOTIIVIT JA KESTÄVÄ MATKAILU

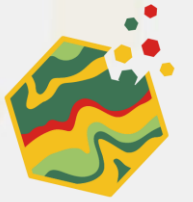
Syyt vierailuun



Etelä-Savo sopii monenlaiseen matkailuun, tarjoten kulttuurielämysten lisäksi, luontoa, järviä ja rauhaa. Alueen **tärkeimmät vetovoimatekijät näkyvät matkailijoiden motiiveissa** saapua alueelle.

Yleisimmin matkailijoita kiinnostavat erilaiset kulttuurivierailut (65 %), luontokokemukset (58 %), paikalliset ruoka- ja juomakokemukset (42 %), sekä vesistöihin perustuva toiminta (38 %).

Muita syitä vierailla Etelä-Savossa ovat mm. omalla mökillä oleskelu, sukuloiminen ja tuttavien tapaaminen.



GRANULAR



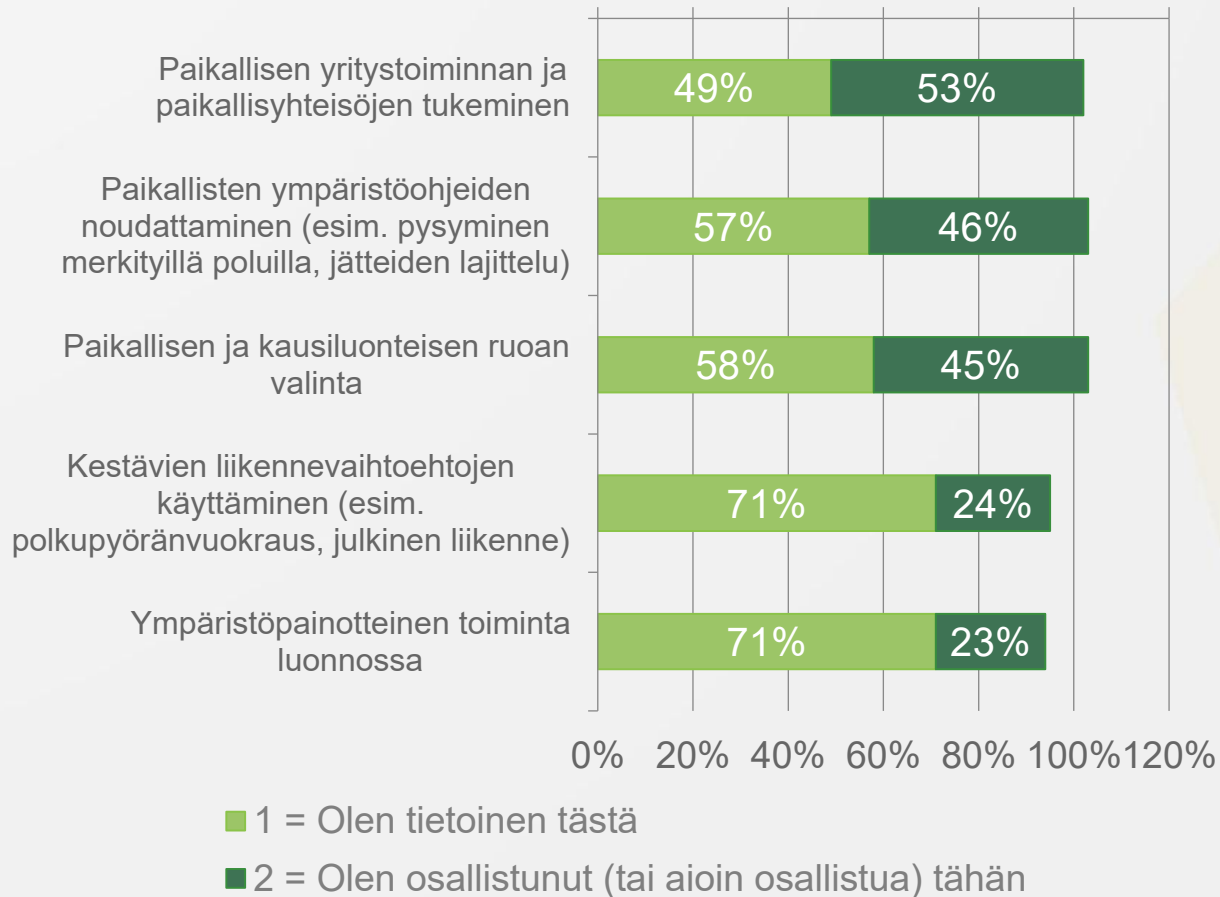
LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

3. VIERAILUN MOTIIVIT JA KESTÄVÄ MATKAILU

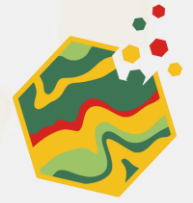
Tietoisuus ja osallistuminen kestävän matkailun aktiviteetteihin



Kestävyyteen liittyvien aktiviteettien tunnettuus Etelä-Savoon saapuvien matkailijoiden keskuudessa on **kohtalaista**, mutta **osallistuminen on vielä vähäistä**.

Aktiviteetit, joihin **yleisimmin osallistutaan** (tai aiotaan osallistua) ovat **paikallisen yritystoiminnan ja paikallisyhteisöjen tukeminen (53 %)**, **paikallisten ympäristöohjeiden noudattaminen (46 %)** ja **paikallisen kausiluonteisen ruoan valinta (45 %)**.

Vähemmän osallisuutta herättävät **kestävien liikennevaihtoehtojen käyttäminen (24 %)**, sekä **ympäristöpainotteinen toiminta luonnossa (23 %)**, vaikkakin niistä ollaan useimmin tietoisia. Heikompi osallisuus näissä aktiviteeteissa selittynee mm. oman auton suosimisella ja kulttuurivierailujen painottamisella.



GRANULAR



LEADER
SavonLuotsi

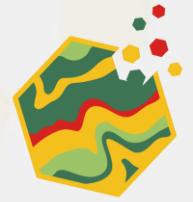


Funded by
the European Union

3. VIERAILUN MOTIIVIT JA KESTÄVÄ MATKAILU

YHTEENVETO

- **Vierailun motiivit korostavat Etelä-Savon ydinvahvuuksia.** *Matkailijat hakevat ennen kaikkea kulttuurielämyksiä (65 %), luontokokemuksia (58 %) ja paikallista ruokaa ja juomaa (42 %). Vesistöihin perustuva toiminta (38 %) vahvistaa alueen profiilia järviluontokohteena. Näiden vetovoimatekijöiden vahvuus osoittaa, että alueen perusidentiteetti on selkeä ja merkityksellinen kävijöille.*
- **Mökkeily ja sukulointi täydentävät matkailumotiiveja.** *Osa kävijöistä saapuu omalle mökille, sukuloimaan tai tapaamaan tuttaviam. Tämä segmentti on usein sitoutunut alueeseen ja luo vakautta matkailukysyntään, vaikka se ei aina hyödynnä kaupallisia palveluita yhtä intensiivisesti.*
- **Kestävyys on tunnettu teema, mutta ei vielä vahvasti toimintaan sidottu.** *Suurin osa matkailijoista on tietoinen kestävästä valinnoista, mutta osallistuminen on maltillista. Tämä viittaa siihen, että arvot ja käytäntö eivät vielä täysin kohtaa, ja että kestävyys näkyy matkailijan arjessa lähinnä passiivisina valintoina.*
- **Useimmin toteutuvat tai suunnitellut kestävä matkailun teot liittyvät helppoihin, arjen tasolla tehtäviin valintoihin.** *Paikallisen yritystoiminnan tukeminen (53 %), ympäristöohjeiden noudattaminen (46 %) ja paikallisen ruoan valinta (45 %) ovat selvästi yleisimpiä.*
- **Heikompi osallisuus näkyy toimitissa, jotka vaativat vaihtoehtoisia palveluja tai selkeämpää ohjausta.** *Kestävien liikennevaihtoehtojen käyttäminen (24 %) ja ympäristöpainotteinen toiminta luonnossa (23 %) jäävät vähäisiksi. Tämä liittyy todennäköisesti auton vahvaan rooliin matkailussa sekä julkisen liikenteen (koettuun) heikkoon saatavuuteen.*
- **Tulokset korostavat potentiaalia tehdä kestävästä matkailusta näkyvämpi, helpompi ja houkuttelevampi osa vierailua.** *Matkailijat ovat pääosin myönteisiä kestävyttä kohtaan, mutta käytännön valinnat riippuvat konkreettisesta tarjonnasta, saavutettavuudesta ja selkeistä, helposti toteutettavista vaihtoehdoista.*



GRANULAR

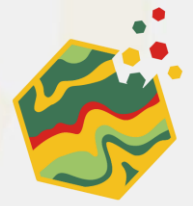


LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

4. MAJOITTUMINEN, VIIPYMÄ, KULUTUS JA PAIKALLISTALOUS



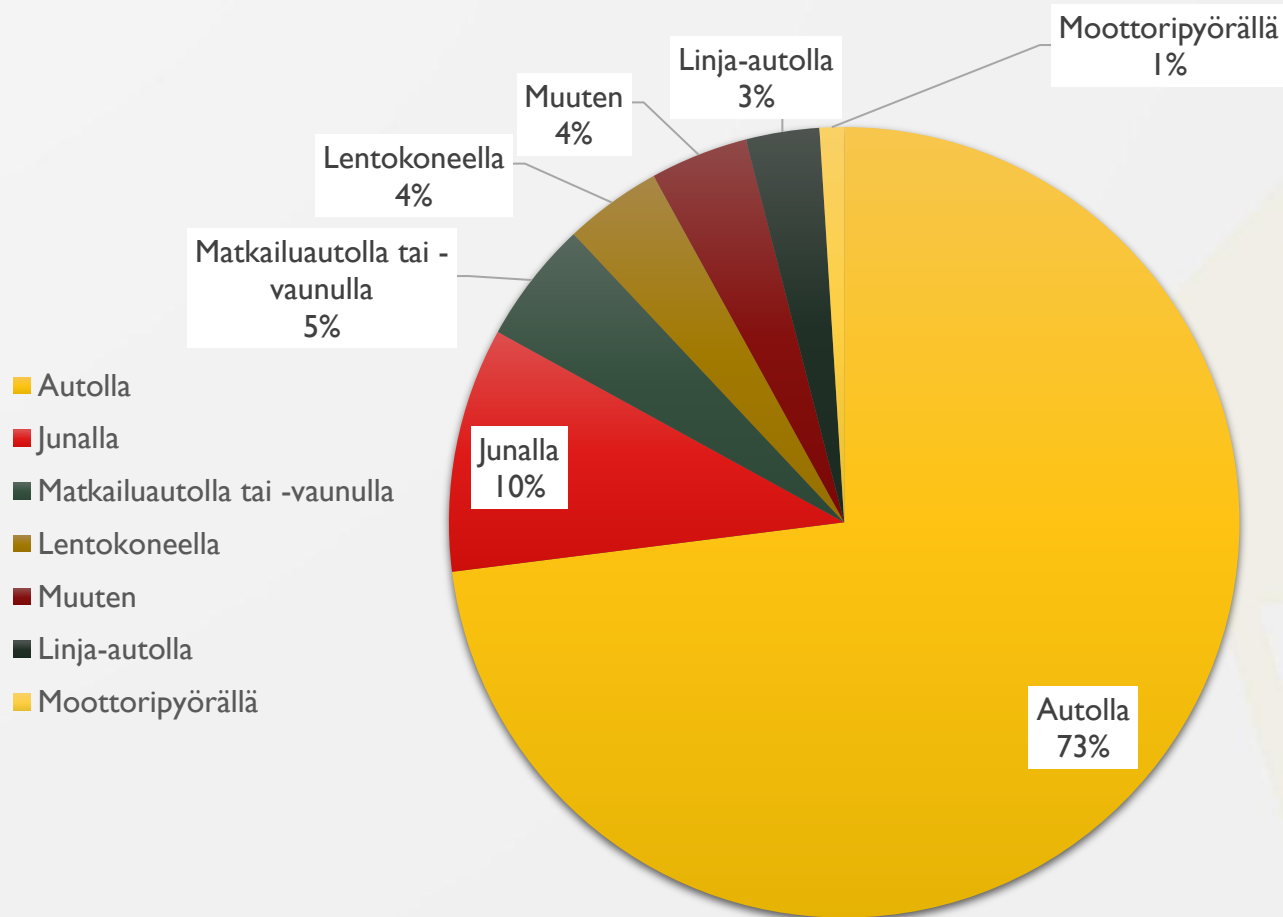
GRANULAR



Funded by
the European Union

4. MAJOITTUMINEN, VIIPYMÄ, KULUTUS JA PAIKALLISTALOUS

Matkailijoiden kulkutavat Etelä-Savoon saapuessa

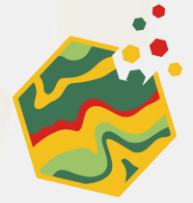


Henkilöauto on ylivoimaisesti yleisin matkustustapa (73 %), mikä korostaa alueen saavutettavuuden vahvaa riippuvuutta yksityisautoilusta.

Juna (10 %) on toiseksi yleisin julkisen liikenteen vaihtoehto, mutta sen käyttö jää selvästi vähemmistöön.

Matkailuauto tai -vaunu (5 %) sekä lentokone (4 %) muodostavat pienen, osuuden.

Linja-auton (3 %) käyttö on hyvin vähäistä.



GRANULAR



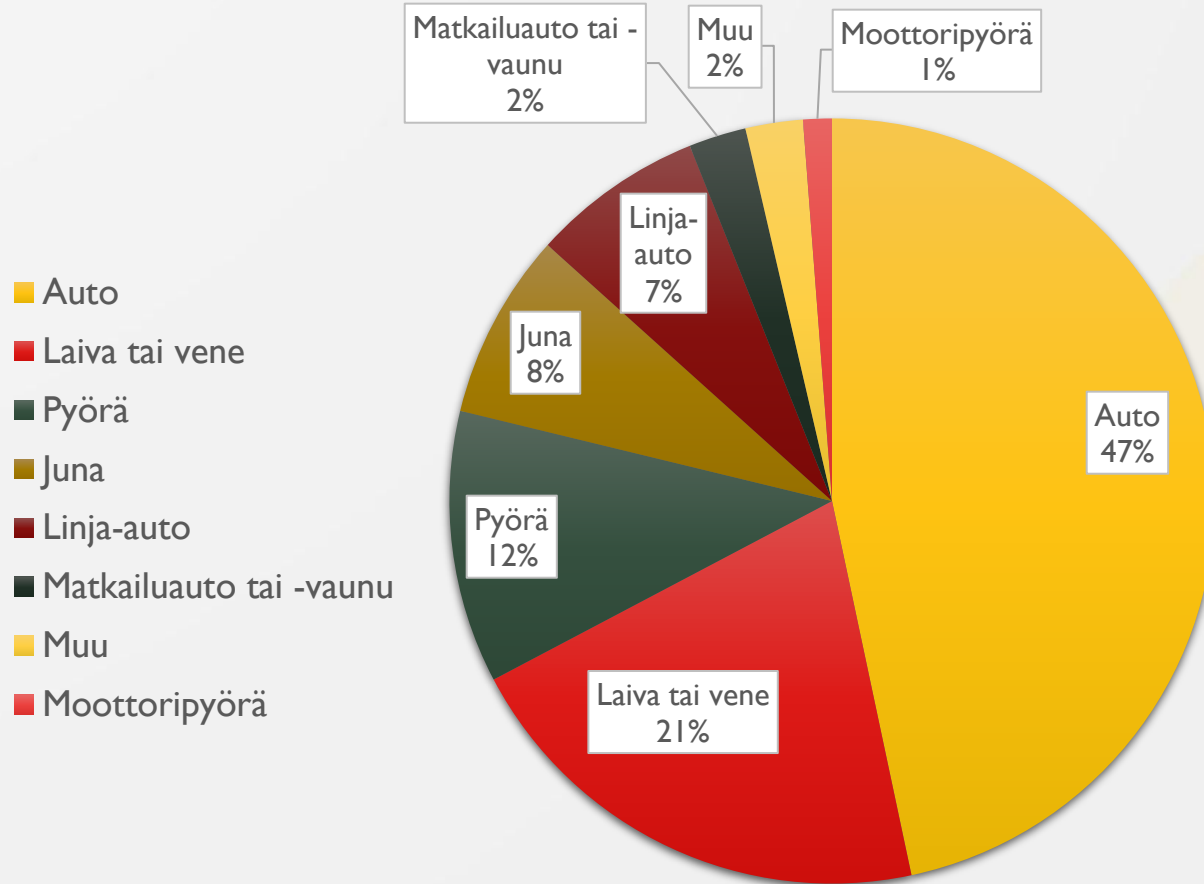
LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

4. MAJOITTUMINEN, VIIPYMÄ, KULUTUS JA PAIKALLISTALOUS

Liikkumistavat alueella

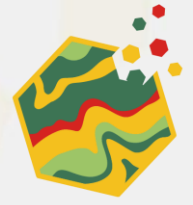


Auto on selvästi yleisin liikkumisväline myös alueella (77 %), mikä korostaa sen merkitystä sekä saapumis- että paikallisliikumisessa.

Vesiliikenne (laiva tai vene, 34 %) on toiseksi yleisin kulkutapa, mikä kuvastaa alueen vahvaa järvimatkailun ja vesireittien roolia.

Pyöräily (19 %) on kohtalaisen yleistä, mutta tarjoaa edelleen kehittämispotentiaalia kestävä liikunnan näkökulmasta.

Juna (13 %) ja linja-auto (12 %) jäävät selvästi vähemmälle käytölle, mikä viittaa rajallisiin yhteyksiin tai matkailijoiden mieltymykseen yksityisiin kulkumuotoihin.



GRANULAR



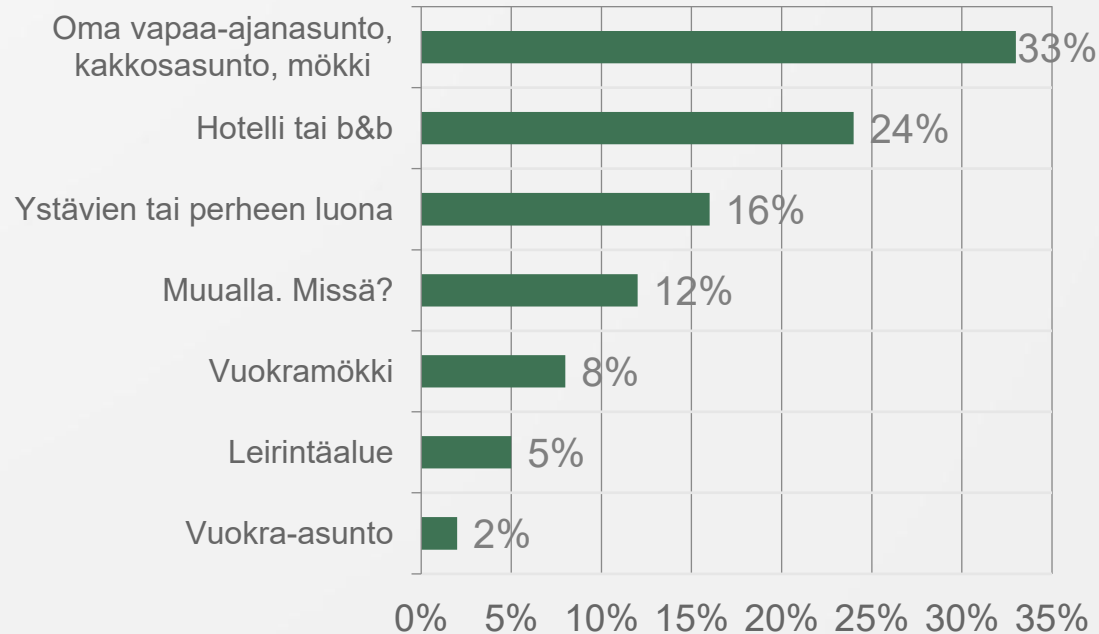
LEADER
SavonLuotsi



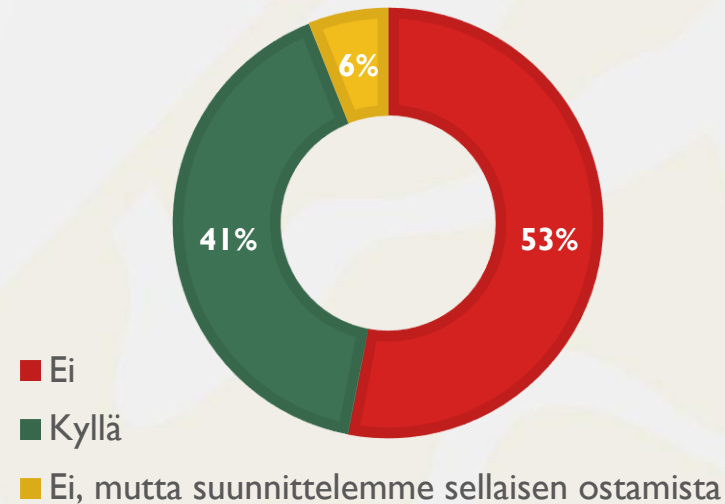
Funded by
the European Union

4. MAJOITTUMINEN, VIIPYMÄ, KULUTUS JA PAIKALLISTALOUS

Majoitustyyppi



Kakkosasuntojen omistus



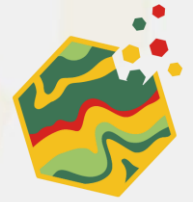
Yleisin majoitusmuoto: oma vapaa-ajan asunto, kakkosasunto tai mökki (33 %). Korostaa alueen vahvaa vapaa-ajan asumisen ja mökkikulttuurin merkitystä.

Hotellit ja B&B-majoitus (24 %) ovat toiseksi yleisin vaihtoehto, kun taas **majoittuminen ystävien tai perheen luona (16 %)** ja **muu majoitus (12 %)** täydentävät kokonaisuutta.

Vuokramökit (8 %) ja **leirintäalueet (5 %)** muodostavat pienemmän mutta edelleen tärkeän osan majoituskenttää.

Kakkosasunnon omistaa 41 % vastaajista, mikä osoittaa vahvaa sidettä alueeseen ja potentiaalia paikallistalouden jatkuvuudelle.

Yli puolet (53 %) ei omista kakkosasuntoa, mutta **6 % suunnittelee sellaisen hankkimista**.



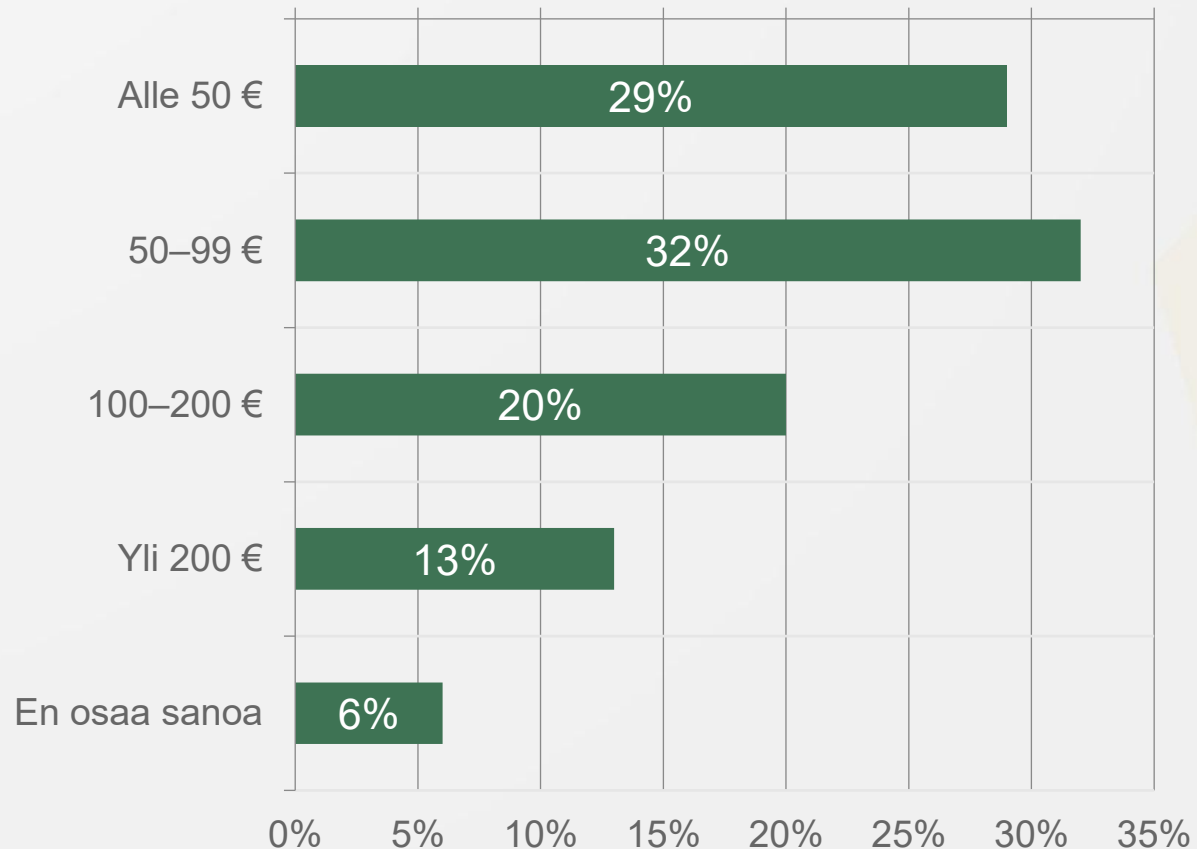
GRANULAR



Funded by
the European Union

4. MAJOITTUMINEN, VIIPYMÄ, KULUTUS JA PAIKALLISTALOUS

Matkailijoiden arvioitu päivittäinen kulutus (mukaan lukien majoitus, aktiviteetit, ruokailut, ostokset jne.)

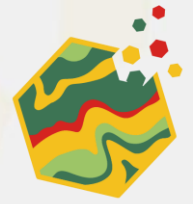


Valtaosa matkailijoista kuluttaa maltillisesti:

- 32 % arvioi kuluttavansa 50–99 €, ja
- 29 % alle 50 € päivässä.

20 % kuluttaa 100–200 € ja 13 % yli 200 €, mikä osoittaa, että alueella on myös korkeampaa kulutuspotentiaalia omaavia kävijöitä.

Tulokset viittaavat siihen, että **Etelä-Savon matkailijoiden kulutus painottuu keskituloiseen ja kohtuulliseen hintatasoon**, mikä korostaa edullisuuden ja hinta-laatu-suhteen merkitystä.



GRANULAR

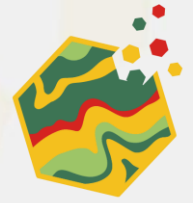


Funded by
the European Union

4. MAJOITTUMINEN, VIIPYMÄ, KULUTUS JA PAIKALLISTALOUS

YHTEENVETO

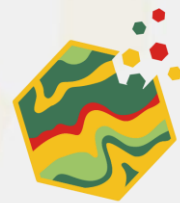
- **Saapuminen ja liikkuminen nojaa vahvasti autoon.** Henkilöauto on selvästi yleisin kulkumuoto sekä saapuessa että alueella liikuttaessa. Julkisen liikenteen vähäinen käyttö rajoittaa autottomien ja kansainvälisten matkailijoiden tavoittamista.
- **Vapaa-ajan asuminen muodostaa matkailun vakaimman perustan.** 33 % majoittuu omassa mökissä tai kakkosasunnossa; 41 % omistaa kakkosasunnon. Tämä sitoo kävijät alueeseen pitkäkestoisesti ja voisi tukea ympärivuotista palvelukysyntää.
- **Majoituspalvelujen kysyntä jakautuu.** Hotellit ja B&B:t (24 %) ovat tärkeitä, mutta suurin osa majoittuu mökeissä tai yksityismajoituksessa, mikä hajauttaa kulutusta ja vaatii laaja-alaista palvelutarjontaa.
- **Kestävä liikkuminen ja vesireitit tarjoavat kasvupotentiaalia.** Pyöräily (19 %) ja vesiliikenne (34 %) korostavat luonnonläheisten ja ympäristöystävällisten matkailumuotojen kehittymismahdollisuuksia.
- **Kulutus on keskimäärin maltillista, mutta markkina on segmentoitavissa.** Suurin osa käyttää 50–99 €/pv, mutta yli 100 €/pv kuluttavat muodostavat merkittävän kasvusegmentin palvelujen ja elämyksien kehittämiseksi.
- **Paikallistaloudelliset vaikutukset ovat monipuolisia.** Vapaa-ajan asukkaiden pitkäaikainen kiinnittyminen ja lyhytaikaisesti vierailevien tasainen virta yhdessä vahvistavat alueen taloudellista perustaa.



GRANULAR



Funded by
the European Union



GRANULAR

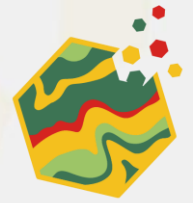
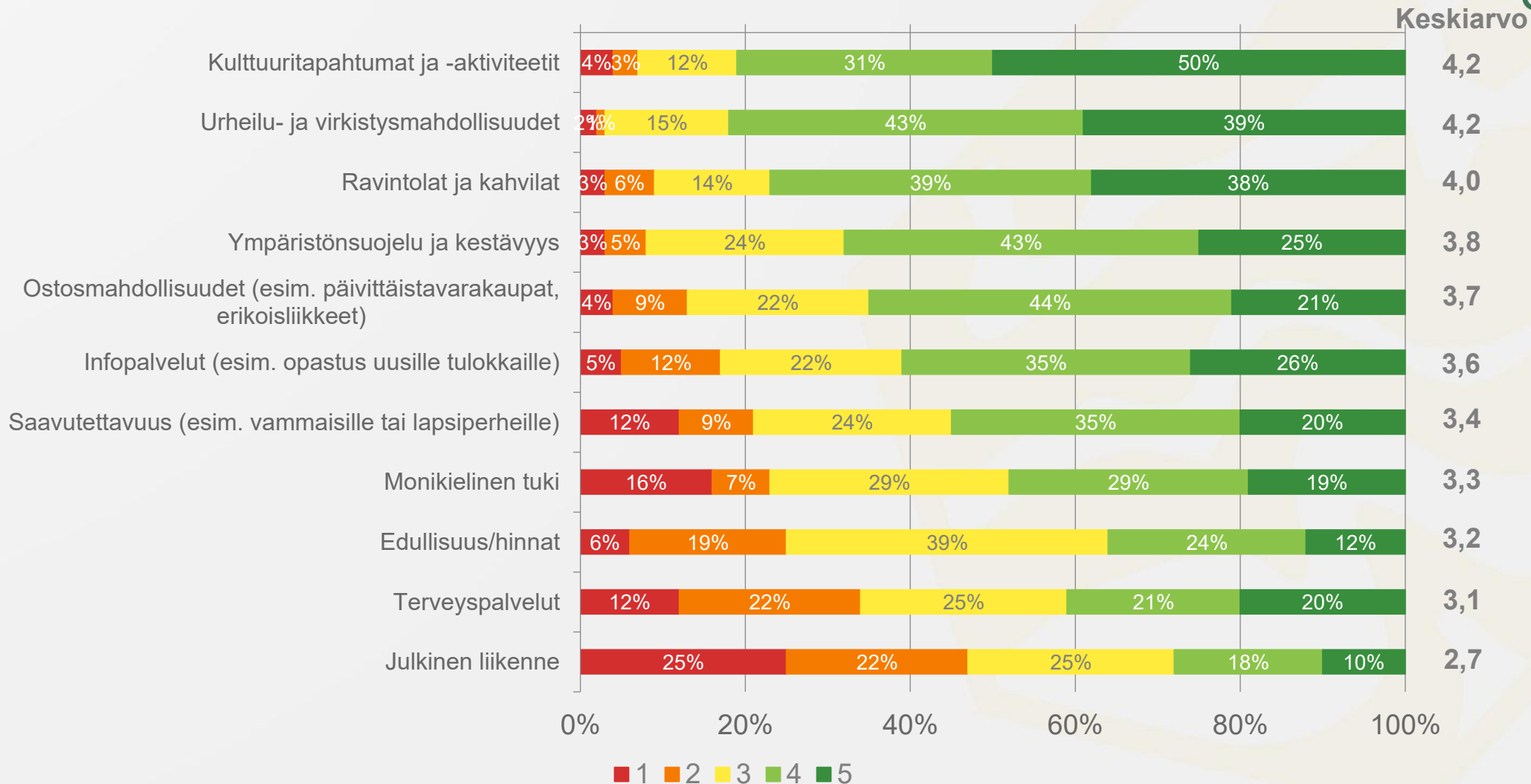


Funded by
the European Union

5. TYYTYVÄISYYS JA PALVELUPAINEET

5. TYYTYVÄISYYS JA PALVELUPAINEET

Matkailijoiden tyytyväisyys paikallisiin palveluihin ja puitteisiin



GRANULAR



LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

5. TYYTYVÄISYYS JA PALVELUPAINEET

Matkailijoiden tyytyväisyys paikallisiin palveluihin ja puitteisiin

Korkein tyytyväisyys liittyy kulttuuritapahtumiin ja -aktiviteetteihin sekä urheilu- ja virkistysmahdollisuuksiin (keskiarvo 4,2).

Ravintolat ja kahvilat saavat myös erittäin myönteisen arvion (4,0).

Ympäristönsuojeluun ja kestävyYTEEN sekä ostosmahdollisuuksiin ollaan pääosin tyytyväisiä (3,7–3,8).

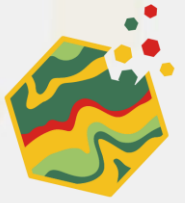
Julkinen liikenne (2,7) ja terveyspalvelut (3,1) arvioitiin muuta palvelutarjontaa heikommin, mikä viittaa sekä rajalliseen käyttöön että mahdollisiin kehittämistarpeisiin saavutettavuuden ja peruspalvelujen osalta.

“Parasta: leppoisa lomakohde, ystävällisyys, kulttuuri”

“Rakastan Saimaata ja sen puhtaita vesiä, luonnon kauneutta, lukuisia mahdollisuuksia retkeillä ja pyöräillä.”

”Kulttuuritapahtumia voisi tehdä monipuolisemmaksi...että ne houkuttelisivat myös nuorempaa yleisöä”

”Parannettavaa on julkisessa liikenteessä ja ravintoloiden aukioloajoissa.”



GRANULAR



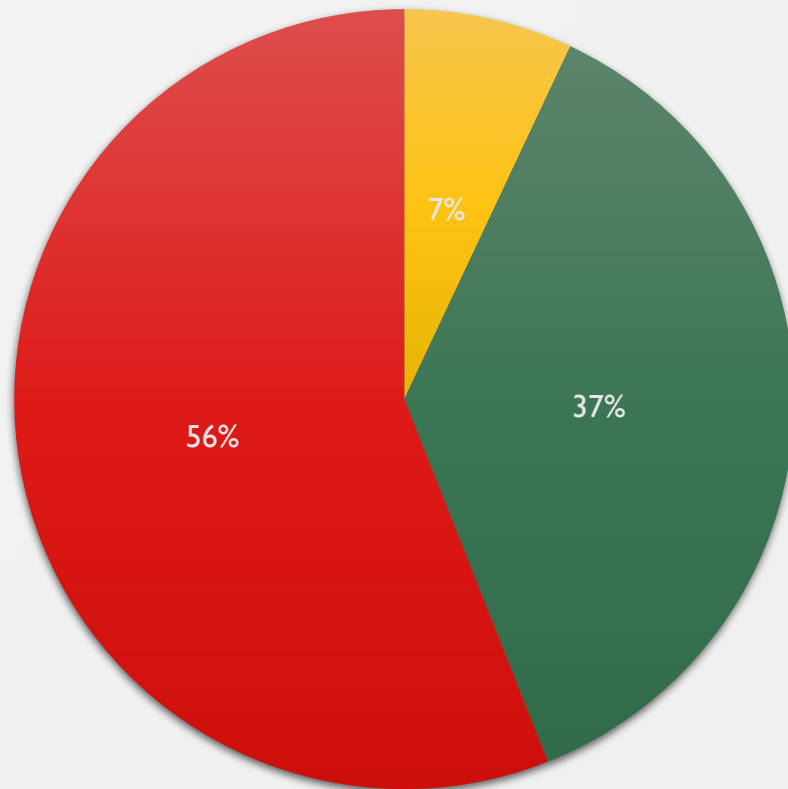
LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

5. TYYTYVÄISYYS JA PALVELUPAINEET

Palvelujen ruuhkautuminen ja paine sesongin aikana



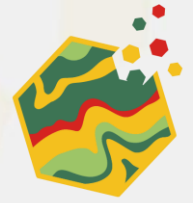
■ Kyllä, useimmiten. ■ Kyllä, tiettyinä huippuhetkinä (juhannus, oopperajuhlat). ■ Ei

Yli puolet vastaajista (56 %) ei koe palvelujen ruuhkautuvan, mikä viittaa yleisesti hyvään palvelukapasiteettiin ja toimivaan infrastruktuuriin myös matkailusesongin aikana.

37 % kokee ruuhkia tiettyinä huippuhetkinä, kuten juhannuksena tai oopperajuhlien aikaan, jolloin kävijämäärät kasvavat nopeasti.

Vain 7 % raportoi palvelujen ruuhkautuvan usein, mikä osoittaa, että laajamittaiset kapasiteettiongelmat ovat harvinaisia.

Tulokset korostavat **tarvetta sesonkien aikaiselle ennakkoinnille ja tilapäiselle palveluvahvistukselle**, ei kuitenkaan pysyvälle lisäresursoinnille.



GRANULAR



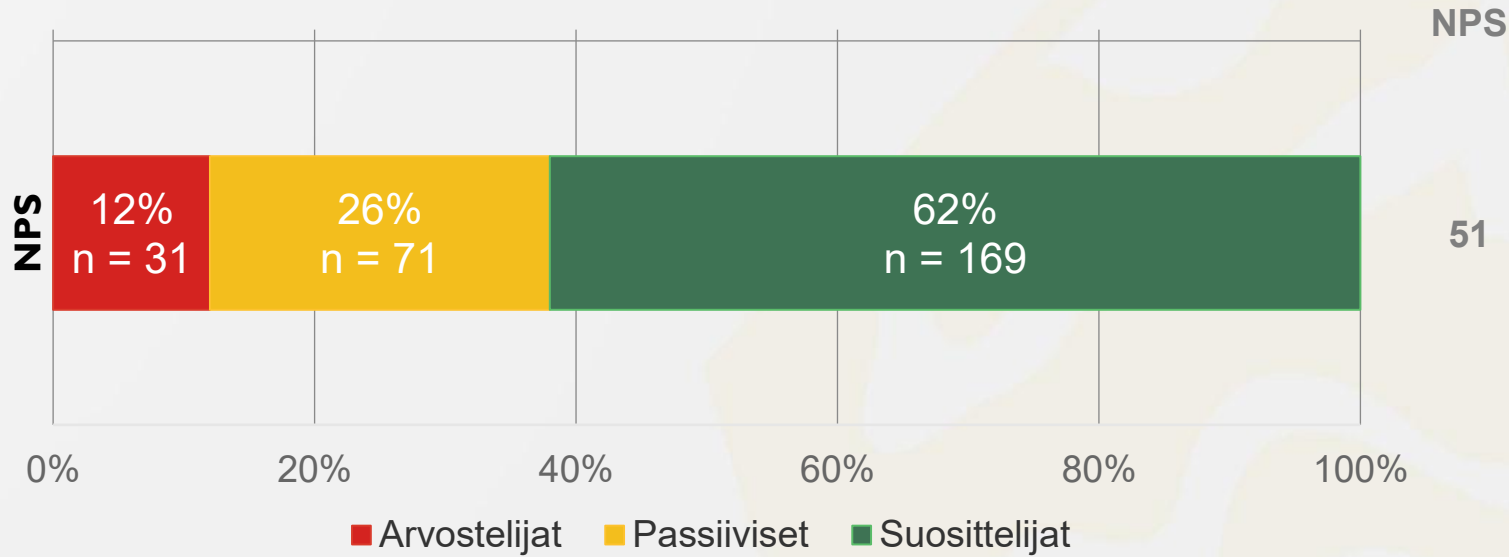
LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

5. TYYTYVÄISYYS JA PALVELUPAINEET

Kohteen suositteluhalukkuus (Net Promoter Score, NPS)

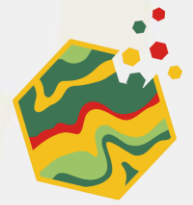


NPS (Net Promoter Score) on kansainvälisesti käytetty asiakastyytyväisyyden ja -uskollisuuden mittari. Arvo voi vaihdella välillä **-100 ... +100**: **>50 = erinomainen**

- **62 %** vastaajista on **suosittelijoita**,
- **26 %** on **passiivisia**, ja
- **12 %** **arvostelijoita**.

NPS = 51, on **erittäin hyvä tulos** ja osoittaa, että suurin osa kävijöistä on tyytyväisiä ja valmis suosittelemaan kohdetta muille.

Tulos tukee myös muita havaintoja korkeasta palvelu- ja kokonaiskokemuksen laadusta.



GRANULAR



LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

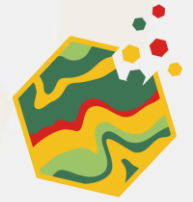
5. TYYTYVÄISYYS JA PALVELUPAINEET

YHTEENVETO

- **Kokonaistason tyytyväisyys on korkea.** Korkeimmat arviot saavat kulttuuritapahtumat, ulkoilu- ja virkistysmahdollisuudet sekä ravintolat ja kahvilat (4,0–4,2). Myös ympäristönsuojeluun ja kestävyYTEEN ollaan pääosin tyytyväisiä. Tämä vahvistaa alueen vetovoimaa kulttuuri- ja luontokohteena.
- **Kehittämistarpeet näkyvät erityisesti saavutettavuudessa.** Saavutettavuuteen ja liikkumiseen liittyy selkeitä kehitystarpeita. Julkinen liikenne saa heikoimman arvosanan (2,7), mikä heijastaa rajallisia vaihtoehtoja autottomille kävijöille.
- **Ruuhkaisuus on useimmiten hallittua ja tilapäistä.** 56 % ei koe ruuhkia lainkaan, ja vain 7 % kokee ruuhkia usein. Kapasiteettiongelmät painottuvat juhannukseen ja oopperajuhlien huippuviikkoihin, mutta eivät edellytä pysyvää lisäresursointia — pikemminkin

sesonkikohtaista ennakointia ja tilapäisiä ratkaisuja.

- **Kävijäkokemus on vahva ja suosittehalukkuus korkea.** NPS = 51 on hyvä tulos: 62 % on suosittehalijoita ja vain 12 % arvostelijoita. Tämä tukee havaintoa siitä, että alueen palvelut ja ympäristö tuottavat laadukkaan ja myönteisen asiakaskokemuksen.
- **Asiakaspalautteet korostavat sekä vahvuuksia että toiveita.** Luonnon puhtaus, kulttuuri ja ystävällisyys koetaan parhaaksi. Parannusta toivotaan kulttuuritarjonnan monipuolistamiseen, ravintoloiden aukioloaikoihin ja julkisen liikenteen toimivuuteen.



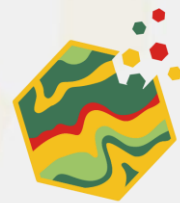
GRANULAR



SavonLuotsi



Funded by
the European Union



GRANULAR



Funded by
the European Union

6. MATKAILUKOKEMUKSET

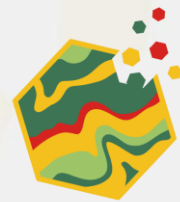
6. MATKAILUKOKEMUKSET

Myönteiset kokemukset	Tärkeimmät parannusalueet
Kulttuuri ja tapahtumat	
Oopperajuhlat, konsertit ja kesätapahtumat ovat matkailijoiden kohokohtia. Savonlinnan historiallinen miljöö ja kulttuuritarjonta tekevät vaikutuksen.	Kulttuuritapahtumien tiedotus ja näkyvyys kaipaa parannusta, ja elokuun tarjontaa tulisi laajentaa oopperakauden ulkopuolelle.
Urheilu- ja virkistysmahdollisuudet	
Luontoreitit, uinti ja pyöräily ovat monen vierailun kohokohtia.	Tarvitaan lisää infoa ja saavutettavuutta liikunta- ja luontokohteisiin sekä julkisia saunoja ja avantouintipaikkoja.
Matkailu ja markkinointi	
Matkailijat arvostavat Savonlinnan ja Saimaan kauneutta sekä luonnon ja kulttuurin yhdistelmää.	Tarvitaan ympärivuotista markkinointia, parempaa tapahtumaviestintää ja englanninkielistä tietoa.
Ravintolat, kahvilat ja palvelun laatu	
Hyvä ruoka, torielämä ja ystävällinen palvelu korostuvat positiivisissa kokemuksissa.	Ravintolat sulkeutuvat liian aikaisin, palvelun taso vaihtelee ja laadukasta kasvis- ja lähiruokaa kaivataan lisää.
Liikenneyhteydet ja saavutettavuus	
Junayhteys ja vesiliikenne tarjoavat hienoja matkailukokemuksia.	Julkinen liikenne toimii heikosti – ilman autoa on vaikea päästä luontokohteisiin, ja pysäköinti keskustassa koetaan hankalaksi.
Infrastrukturi ja ympäristön viihtyisyys	
Savonlinnan siisteys, kukkaistutukset ja järvimaisemat saavat paljon kiitosta.	Teiden kunto, wc-tilojen ja roskisten puute sekä vanhat infotaulut koetaan ongelmiksi.
Yrittäjyys ja yhteistyö	
Paikallisten yrittäjien ystävällisyys ja torin ilmapiiri herättävät kiitosta.	Yritysten yhteistyötä, sesongin pidentämistä ja kivijalkakauppojen tukemista toivotaan.

Matkailijat korostavat Etelä-Savon **vetovoimatekijöinä Saimaan luontoa, kulttuuria ja ystävällistä palvelua.**

Suurimmat **kehitystarpeet** liittyvät **palvelujen aukioloaikoihin, sesongin pidentämiseen, saavutettavuuteen ja viestinnän parantamiseen.**

Alueella **nähdään merkittävä potentiaali ympärivuotiseen matkailuun**, jos yhteistyötä, infrastruktuuria ja asiakaskokemusta kehitetään johdonmukaisesti.



GRANULAR



LEADER
SavonLuotsi



Funded by
the European Union

6. MATKAILUKOKEMUKSET

Kulttuuri ja tapahtumat

“Kesäinen Savonlinna, Oopperajuhlat, Ja paras sisävesiristeily koskaan Savonlinnassa.”

“Unohtumaton konsertti Olavinlinnassa.”

“Lisää pieniä yleisötapahtumia kaupungille, muutakin kuin ooppera-avaukset.”

“Elokuussa iltaisin ravintolat kiinni! Sesonkia jatkettava heinäkuun malliin myös elokuussa.”



Urheilu- ja virkistysmahdollisuudet

“Uiminen järvessä ja tutustuminen upeaan ulkoilusaarien.”

“Luontomatkailupalvelut parasta. Linnansaaren kansallispuiston kehittyminen, pyöräilyreittien kehittäminen!”

“Lisää infoa selkeästä paikasta myös liikuntamahdollisuuksista.”

“Luonto oli parasta. Voisi parantaa teiden kuntoa Kerimäen suunnalla.”

“Lisää juomavesipisteitä ja julkisia wc:itä.”

“Maisemat hienot, mutta siisteys laskenut viime käynnistä.”



Ravintolat, kahvilat ja palvelun laatu

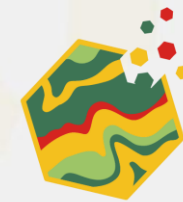


“Hieno ilma ja runsaat ravintolapalvelut.”

“Ruoka oli superhyvää ja maisemat ihan parasta.”

“Elokuussa konserttien jälkeen ei saa ruokaa mistään.”

“Lisää tietoisuutta kasvisruoasta ja lähiruoasta paikallisiin ravintoloihin.”



GRANULAR



LEADER

SavonLuotsi



Funded by
the European Union

6. MATKAILUKOKEMUKSET

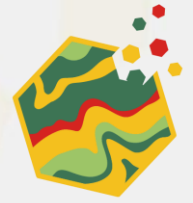
Liikenneyhteydet ja saavutettavuus

“Paikallisliikenne ei toimi – ilman autoa ei pääse ladulle tai luontopoluille.”

“Lisää liikkumisvaihtoehtoja ihmisille, jotka liikkuvat ilman omaa autoa.”

“Savonlinnan pysäköinti kaipaa uudistusta – maksullisuus karkoittaa asiakkaat.”

“Parantaa voisi keskustan liikennettä ja pysäköintiä.”



GRANULAR

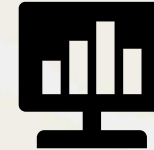


Matkailu ja markkinointi

“Lisää ympärivuotista kotimaan ja kv markkinointia Savonlinnan alueen aktiviteeteista.”

“Savonlinna esitteitä ja karttoja myös paikallisiin kauppoihin.”

“Tapahtumien parempi suunnittelu eli ei samanaikaisia tapahtumia lähikuntien kanssa.”



Yrittäjyys ja yhteistyö

“Paikallisten pienyrittäjien tukeminen! Ma-ra-alan yritykset voisivat yhdistää osaamisensa ja pidentää aukioloaustaan.”

“Yhteistyötä voisi olla enemmän eri matkailu- ja tapahtumayritysten kesken.”

“Muistakaa säilyttää kivijalkakaupat – vuokrien kohtuullistaminen hiljaisina aikoina olisi tärkeää.”



Funded by
the European Union

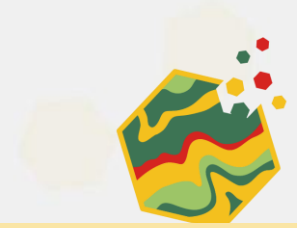
7. JOHTOPÄÄTÖKSET & JATKOKESKUSTELUN TEEMAT



- Ehdotuksia yhteiseen tarkasteluun kunnille & paikallistason toimijoille, yrityksille ja alueellisille verkostoille

Teema	Mahdollisia kehittämislinjoja kunnille & paikallistason toimijoille	Mahdollisia kehittämislinjoja yrityksille	Mahdollisia yhteisiä tarkasteluteemoja alueellisille toimijoille / verkostoille
1. Saavutettavuus & liikkuminen	- Voisiko paikallisliikennettä ja reittiyhteyksiä parantaa (esim. kansallispuistot, saaristo)? - Tarvitaanko pysäköinnin, opastuksen tai ruuhkanhallinnan kehittämistä? - Miten kylätasolla toimivat reitit ja esteettömyys saataisiin nykyistä yhtenäisemmiksi?	- Miten yritykset voisivat helpottaa autottomien matkailijoiden liikkumista (shuttle, kuljetukset)? - Voisiko liikkumisen ja palvelujen paketoimista lisätä?	- Olisiko tarvetta alueelliselle “autoton matkailija” -kokonaisuudelle? - Miten maakunnallinen liikkumisen kehittäminen tulisi organisoida?
2. Ympäri vuotisuus & sesonkien pidentäminen	- Mitä tapahtumia tai palveluja voisi toteuttaa huippusesongin ulkopuolella? - Miten kyläyhdistykset ja paikallistoimijat voisivat osallistua hiljaisten kausien aktivointiin?	- Millaisia ympärivuotisia tuotteita tai palveluja yritykset voisivat kehittää? - Voisiko aukioloaikoja pidentää elokuussa tai tapahtumien yhteydessä?	Pitäisikö luoda alueellinen malli ympärivuotisen matkailun vahvistamiseksi?
3. Kulttuuri, luonto & vetovoimatekijät	- Miten paikallisia kulttuuri- ja kylätapahtumia voisi tukea tai vahvistaa? - Missä reiteissä tai kohteissa tarvitaan opastuksen tai palvelurakenteiden parantamista?	- Mitä uusia sisältöjä ja palveluja nuoremmat kävijät kaipaavat? - Miten luontopalveluiden tarjontaa voisi laajentaa?	Olisiko tarvetta yhteiselle kulttuuri–luonto -tarinalle ja tapahtumien paremmalle koordinoinnille?
4. Kestävä matkailu	- Onko jätehuollon ja wc-/vesipisteiden kapasiteetti riittävä suosituissa kohteissa? - Miten kestävien valintojen opastusta ja näkyvyyttä voisi parantaa?	Miten vastuullisuustoimia voisi tehdä näkyvämmiksi ja helpommiksi asiakkaille?	Tarvitaanko yhteinen “Kestävä Etelä-Savo” -linjaus tai brändi?
5. Palvelu- & asiakaskokemus	- Onko tarvetta selkeämmälle opastukselle, valaistukselle tai liikkumisympäristön parannuksille? - Kuinka aukioloaikoja tulisi koordinoida tapahtumien kanssa?	Miten palvelun laatua ja asiakaskokemuksen mittaamista voisi kehittää?	Voisiko asiakaskokemustiedon keruusta tulla alueellinen yhteistoiminta?
6. Markkinointi & näkyvyys	Tarvitaanko parempaa paikallisten tapahtumien tiedotusta tai esitemateriaalia (myös kyliin, kauppoihin)?	Miten monikielistä ja ajantasaista verkkomateriaalia voisi lisätä?	Olisiko aluebrändin yhtenäistämiseksi tarvetta (järviluonto + kulttuuri + vastuullisuus)?
7. Yrittäjyys & yhteistyö	- Miten kunnat ja kylät voisivat tukea pienyrittäjiä hiljaisina kausina? - Onko tarvetta vahvistaa yhteisöllisiä matkailuratkaisuja?	Miten yritysten välistä paketoimintaa ja yhteistuotteita voisi lisätä?	Tarvitaanko uusi pysyvä foorumi toimijoiden väliseen yhteiskehittämiseen?

7. CONCLUSIONS & THEMES FOR FURTHER DISCUSSION

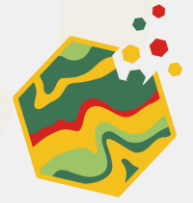


- Proposals for joint review by municipalities & local actors, businesses, and regional networks

Theme	Possible Development Directions for Municipalities & Local Actors	Possible Development Directions for Businesses	Possible Shared Focus Areas for Regional Actors / Networks
1. Accessibility & mobility	Could local transport and route connections be improved (e.g. national parks, archipelago)? Is there a need to develop parking, signage, or visitor flow management? How could village-level routes and accessibility be made more consistent?	How could companies support easier mobility for visitors without cars (e.g. shuttles, transfers)? Could packaging of transport and services be expanded?	Is there a need for a regional “car-free tourist” concept? How should regional transport development be organized?
2. Year-round tourism & extending seasons	What events or services could be offered outside the peak season? How could village associations and local actors help activate low seasons?	What year-round products or services could businesses develop? Could opening hours be extended in August or during events?	Should a regional model be created to strengthen year-round tourism?
3. Culture, nature & attractions	How could local cultural and village events be supported or strengthened? Where is improved signage or service infrastructure needed along routes or at sites?	What new content and services could attract younger visitors? How could the offering of nature-based services be expanded?	Is there a need for a shared culture-nature narrative and better coordination of events?
4. Sustainable tourism	Is waste management and toilet capacity sufficient at popular sites? How could signage and visibility of sustainable choices be improved?	How could responsible practices be made more visible and easier for customers to engage with?	Is a shared “Sustainable South Savo” guideline or brand needed?
5. Services & customer experience	Is clearer signage, lighting, or improved mobility environments needed? How should opening hours be better coordinated with events?	How could service quality and customer experience measurement be developed?	Could customer experience data collection become a regional joint activity?
6. Marketing & visibility	Is there a need for better communication or promotional materials for local events (also in villages and shops)?	How could more multilingual and up-to-date online content be produced?	Is there a need to unify the regional brand (lake nature + culture + responsibility)?
7. Entrepreneurship & cooperation	How could municipalities and villages support small businesses during low seasons? Is there a need to strengthen community-based tourism solutions?	How could inter-company product packaging and joint offerings be increased?	Is there a need for a permanent forum for joint development among actors?

APPENDIX: MENETELMÄ JA KIITOKSET

- Etelä-Savon matkailijakysely toteutettiin 2025 osana GRANULAR-hanketta yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa.
- Kiitämme Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:tä vastaajien tavoittamisesta ja motivoinnista sekä kyselyn esille nostamisesta verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa.
- Kysely oli avoinna 8.7.–31.8.2025
- Vastaajia oli 271 (verkko- ja paikan päällä).
- Analyysi ja synteesi tehtiin tutkijatyönä, jota täydennettiin tekoälyavusteisilla työkaluilla erityisesti tekstin jäsentelyssä ja yhteenvedojen tiivistämisessä.



GRANULAR



Funded by
the European Union

Thank you – Kiitos - Tack



Photo source: <https://www.savonluotsi.fi/>

Michael.kull@luke.fi

Kirsi.korhonen@luke.fi



GRANULAR



@ruralgranular



@ruralgranular



@ruralgranular



www.ruralgranular.eu



Funded by
the European Union