Museokortti nosti tuloja ja kävijämääriä rajusti

8.4.2021 16.37

Museokortin käyttöönoton jälkeen museot ovat rikkoneet kaikkien aikojen kävijäennätyksen kahtena peräkkäisenä vuotena. Vuonna 2016 museoissa vierailtiin 6,6 miljoonaa kertaa, 2017 peräti 7,1 miljoonaa kertaa. Aiemmin 2000-luvulla museoissa vierailtiin keskimäärin 5,2 miljoonaa kertaa vuodessa.

Museokortti otettiin käyttöön 5. toukokuuta 2015. Se on tutkitusti muuttanut museoiden käyttökulttuuria: kynnys poiketa museoon on madaltunut ja piipahtamiset lisääntyneet. Myös aiemmin museoista kiinnostumattomat henkilöt ovat ryhtyneet museopalvelujen aktiivikäyttäjiksi.

Kortteja on tähän mennessä valmistettu noin 220 000, joista voimassa on noin 160 000.

Museoiden yhteenlasketut pääsylipputulot, eli kertaliput ja Museokortti-korvaukset kasvoivat peräti **56 prosenttia** vuosina 2014-2017. Ennen Museokortti-järjestelmää museoiden yhteenlasketut pääsylipputulot olivat 13,9 miljoonaa euroa. Viimeisimpänä tilastovuotena (2017) yhteenlasketut pääsylipputulot olivat kasvaneet 21,6 miljoonaan euroon.

Museokortin hankkineet houkuttelevat museokierrokselle kortittomia tuttaviaan, joten korttijärjestelmä kasvattaa myös kertalippujen myyntiä sekä tuo lisää asiakkaita museon muiden palvelujen pariin. Museokortti mahdollistaa myös samassa näyttelyssä poikkeamisen useampaan kertaan.

– Nämä ovat valtavan hienoja lukuja, jotka kertovat myös museoiden tekemästä upeasta työstä. Museokortti ei tietenkään ole ainoa selittävä tekijä kasvulla, mutta tilastollinen korrelaatio on sangen vahva, kertoo Museokortin kehitysjohtaja **Seppo Honkanen**.

Museokortin myyntitulot palautetaan museoille käyntien perusteella

Museokortin myyntitulot palautetaan museoille kävijämäärien perusteella ja osuus tuloista käytetään museoiden yhteismarkkinointiin sekä järjestelmän ylläpito- ja kehityskuluihin. Korttijärjestelmän perustamiseen ei ole käytetty julkista rahaa.

Pääsylipputulot helpottavat museoiden taloutta, mutta silti museotoiminnan pääasiallinen rahoitus tulee muualta kuten yhteiskunnalta tai julkisyhteisöiltä. Liiketaloudellinen voitto ei ole museotoiminnan tavoite, kuten ei kirjastojen tai muiden vastaavien kulttuuripalveluidenkaan kohdalla.

Suomalaisten museoiden keskusjärjestö Suomen museoliitto omistaa FMA Creations Oy:n, joka hallinnoi Museokortti-toimintaa. Yhtiöllä on kolme laskutuskautta: mitä enemmän Museokortteja

myydään ja uusitaan, sitä suuremman korvauksen museot laskutuskaudelta saavat. Loppuvuonna myynti on yleensä suurinta ja nytkin se oli selvästi myyntitulokseltaan vuoden paras. Joulukuussa 2018 myytiin noin 50 000 Museokorttia.

– Ansaintalogiikka menee siten, että eri myyntikanavien kautta kokoamme mahdollisimman ison potin rahaa ja palautamme sen museoille. Jokaisesta korttikäynnistä korvataan museon omaan kertalipun hintaan suhteutettu osuus, Honkanen kertoo.

Museot saivat jokaisesta Museokortilla syyskaudella (9/2018-12/2018) maksetusta käynnistä 90% omasta aikuisten kertalippunsa hinnasta. Esimerkiksi Amos Rexille järjestelmä tuloutti laskutuskaudella yli miljoona euroa.

Museokortti-järjestelmää perustettaessa tavoitteeksi asetettiin museoiden kävijämäärien, tulojen ja tunnettuuden kasvattaminen. Tulokset osoittavat, että Museokortti-järjestelmä on onnistunut näissä tavoitteissa.
AVAINLUKUJA:

- Museokortti käyttöön 5.5.2015
- Järjestelmässä 280 kulttuurihistoriallista ja taidemuseota kaikkialla Suomessa
- 81% kaikista suomalaisista tuntee Museokortin (Lähde: Taloustutkimus 12/2017)
- Noin 220 000 valmistettua Museokorttia (1/2019)
- Asiakastyytyväisyys 4,9 (asteikko 1-5)
- Museoiden yhteenlasketut pääsylipputulot 2014-2017 **+56%** (Lähde: Museoviraston museotilasto)
- Museoiden yhteenlasketut kävijämäärät 2014-2017 **+35%** (Lähde: Museoviraston museotilasto)

Lisää avointa museodataa: https://museotilasto.fi