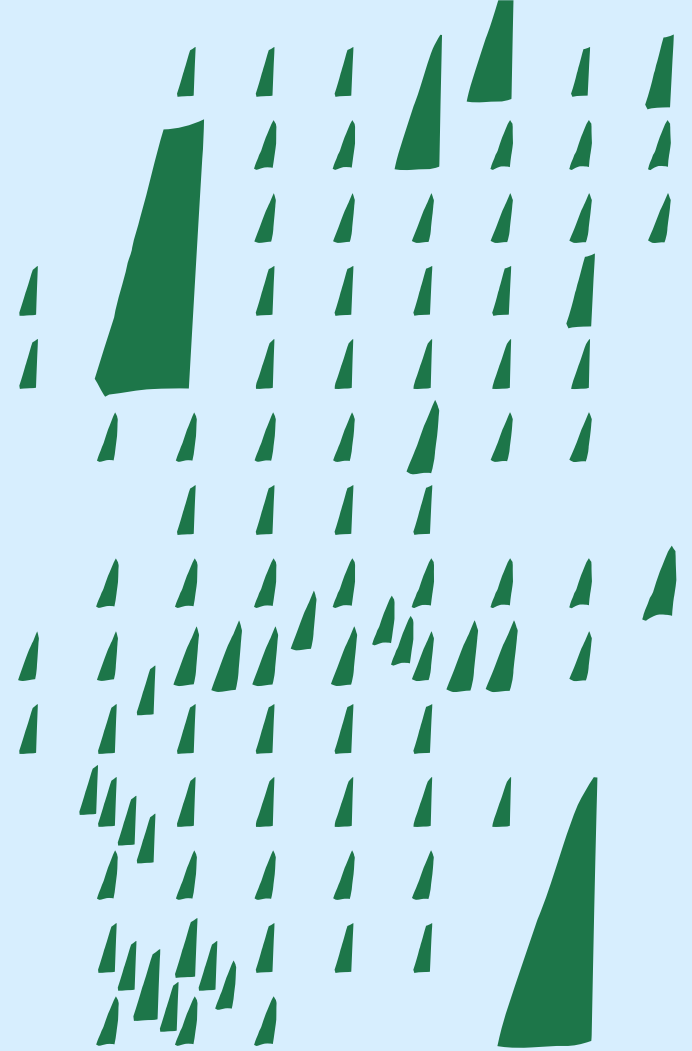


SAKSA

Maaraportti



Tutkimuksen tausta

Tutkimustiedot

Markkinat: Saksa, Espanja, Ranska, USA, Japani

- Espanja, Ranska, Japani: valtakunnallinen
- Saksa: Länsi-Saksa ja Berliini, pois lukien Itä-Saksa
- USA: California, Texas, New York, Massachusetts ja Illinois

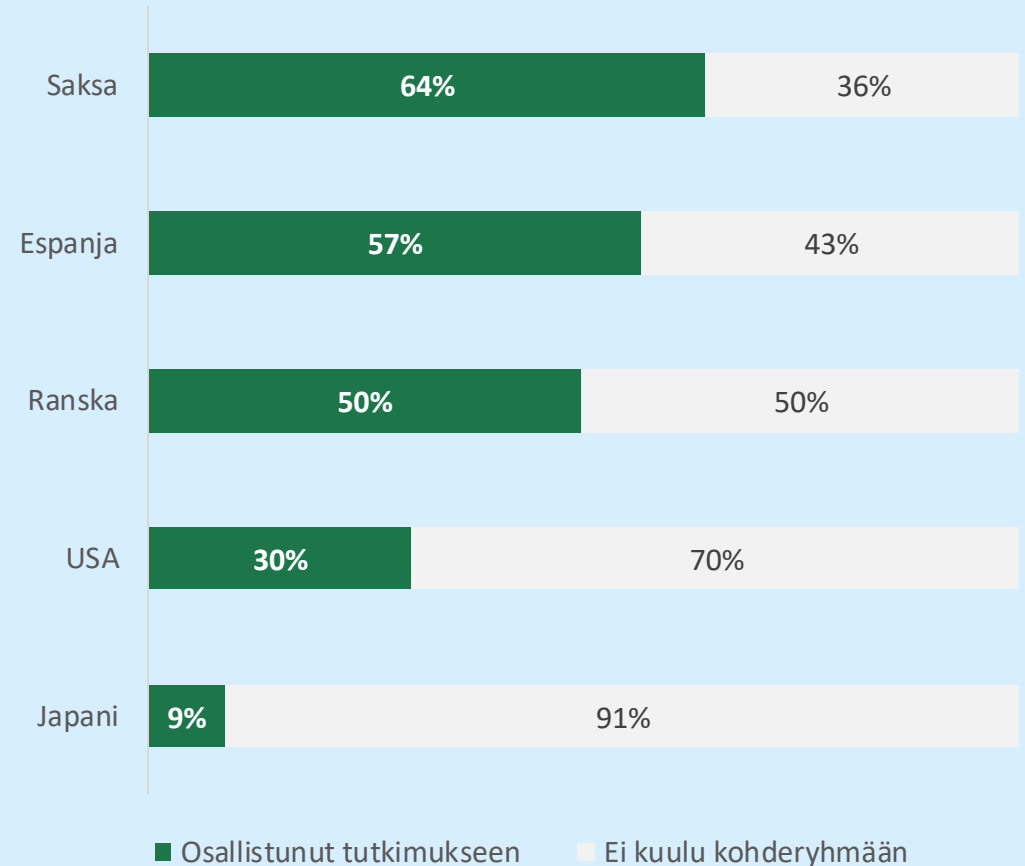
Kohderyhmä: 18-65-vuotiaat, suunnittelee vapaa-ajan matkaa ulkoimaille seuraavan kolmen vuoden aikana (Saksa, Espanja, Ranska), suunnittelee vapaa-ajan matkaa Eurooppaan seuraavan kolmen vuoden aikana (USA, Japani)

Tiedonkeruu aika: 3.-30.7.2025

Tutkimusmetodi: Kvantitatiivinen online-kysely

Otoskoko: Saksa 1020 IP, Espanja 1009 IP, Ranska 1026 IP, USA 1002 IP, Japani 1003 IP

Suunnittelee vapaa-ajan matkaa seuraavan kolmen vuoden aikana



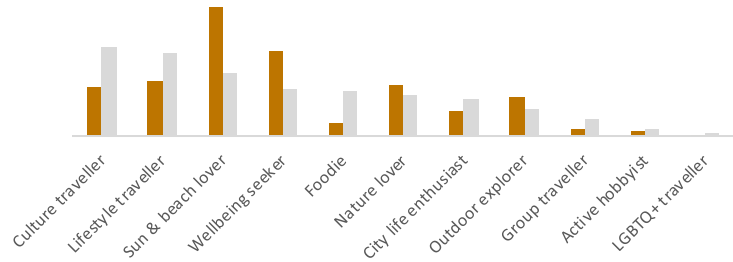
Profiilikortti SAKSA



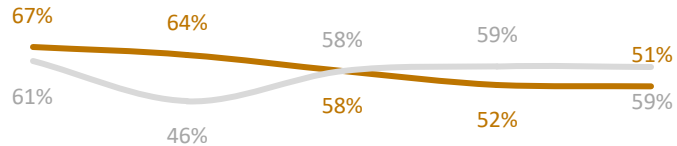
Saksa Kaikki markkinat



SEGMENTIT

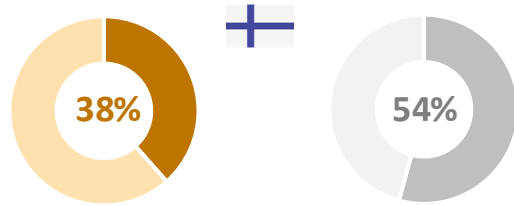


KIINNOSTAVIMMAT MATKATEEMAT

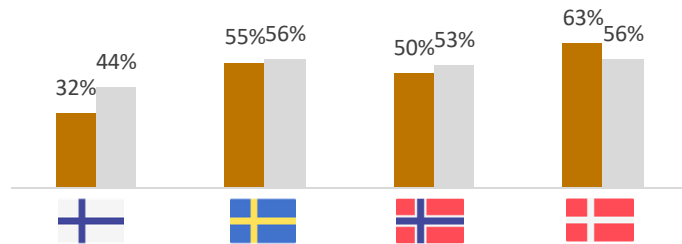


Kaunis luonto ja luonnonihmeet Rantalomaa, auringonotto Kaupunkivierailut ja kaupunkielämä Ruokaelämykset ja paikalliset herkut Paikallinen kulttuuri ja perinteet

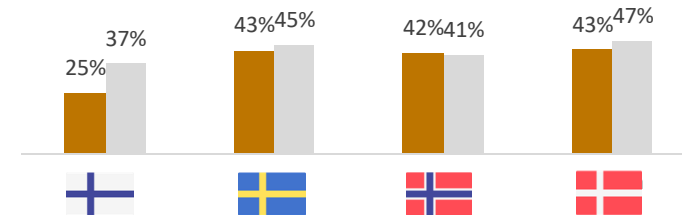
SUOMEN KIINNOSTAVUUS RUOKAMATKAILUKOhteena



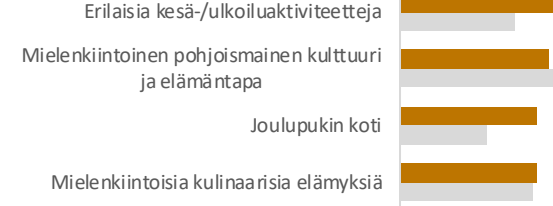
POHJOISMAIDEN TUNNETTUUS



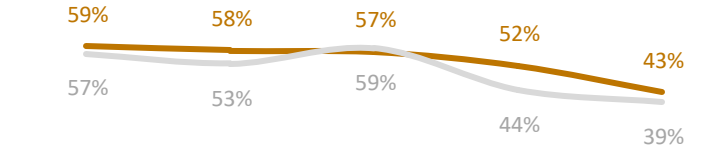
POHJOISMAIDEN HARKINTA



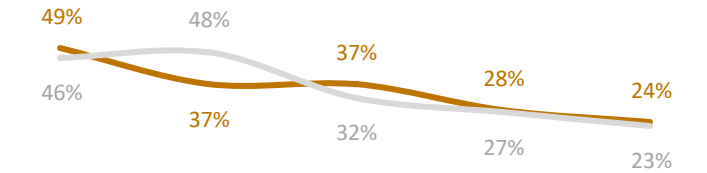
SUOMEN TÄRKEIMMÄT HARKINNAN AJURIT



SUOMEN TOP 5 MAAMIELIKUVAT



SUOMEN TOP 5 RUOKAMIELIKUVAT



Yhteenvedo SAKSA

SAKSALAISET MATKAILIJOINA



Kaunis luonto ja auringonotto ovat saksalaisia matkajia eniten kiinnostavia matkateemoja. Tärkeimmät tiedonlähteet matkakohteista ovat **hakukoneet ja läheisten suositukset**, ja noin kolmasosa saksalaisista hyödyntää myös **virallisia matkailusivustoja**.

Noin neljännes saksalaisista harkitsee matkustamista Suomeen. Parhaiten he tuntevat Tanskan, joka on myös suosituin vierailukohde. Suomen tunnettuus ja harkinta jäävät muiden Pohjoismaiden tasosta.

Saksalaisten mielikuvissa Suomea kuvaavat parhaiten **kaunis luonto, puhdas ympäristö ja revontulet, ja saunakulttuuri** erottaa Suomen muista Pohjoismaista. Tanskan mielikuva poikkeaa hieman muista Pohjoismaista, sillä siihen liitetään vähemmän luontoon liittyviä mielikuvia.

Suomen harkinnan **tärkeimpiä ajureita ovat kesä- ja ulkoilma-aktiviteetit, pohjoismainen kulttuuri, joulupukki sekä kulinaariset elämykset.** Nykyisiä Suomen kehityskohteita ovat erityisesti mielikuvat kesä- ja ulkoiluaktiviteeteista sekä kaupunkielämästä.

SUHDE RUOKAAN



Saksalaisia matkailijoita kiinnostavat erityisesti **paikallisten makujen ja uusien ruokien kokeileminen**, ja ruokakokemukset nähdään tärkeänä osana matkatyytyväisyyttä. **Ravintolan valitseminen tapahtuu useimmiten spontaanisti**, mikä on saksalaisille tyypillinen tapa löytää ruokapaikka.

Suomalainen keittiö tuo saksalaisille vahvimmin mieleen **kalan ja riistan**, ja sitä pidetään usein **raskaana ja runsaana**. Lohi ja poronliha ovat saksalaisten yleisimmin maistamia suomalaisia ruokia. Suomalainen ruokakulttuuri on kuitenkin **monille saksalaisille vielä melko tuntematon**, mutta uteliaisuus ja halu kokeilla uusia makuja ovat yleisiä.

Suomea harkitsevien tärkeimpiä ajureita **rento ruokakulttuuri, trendikäs ruoka ja ruoka puhtaasta luonnosta**. Saksalaisten mielestä Suomen ruokamielikuva on hyvin samankaltainen kuin muissa Pohjoismaissa, mutta rentoudessa ja trendikkyudessa Suomi jää hieman alle vertailumaiden keskiarvon. Lisäksi leivonnaiset ja makeat herkut liitetään useimmin muihin Pohjoismaihin, erityisesti Ruotsiin ja Tanskaan.

SAKSALAISET VS MUUT



Historia ja taide kiinnostavat saksalaisia matkailijoita vähemmän kuin matkailijoita vertailumaissa. Myös viihde ja paikallinen kulttuuri ovat matkateemoja, joita saksalaiset valitsevat harvemmin.

Suomalainen ruoka mielletään **raskaaksi ja runsaaksi, ja tämä mielikuva korostuu saksalaisten keskuudessa selkeämmin kuin muissa maissa**. Saksalaisten harkinnan ajureissa korostuu muihin maihin nähden rennon ruokailukulttuurin sekä trendikyyden tärkeys.

Japanin tavoin yksi tärkeimmistä syistä harkita Suomea matkakohteena on **Joulupukin koti**. **Kesäaktiviteetit** korostuvat saksalaisten harkinnassa yhtä paljon kuin ranskalaisten, mutta **kaunis luonto ei ole saksalaisille läheskään yhtä vahva vetovoimatekijä** kuin muissa markkinoissa.

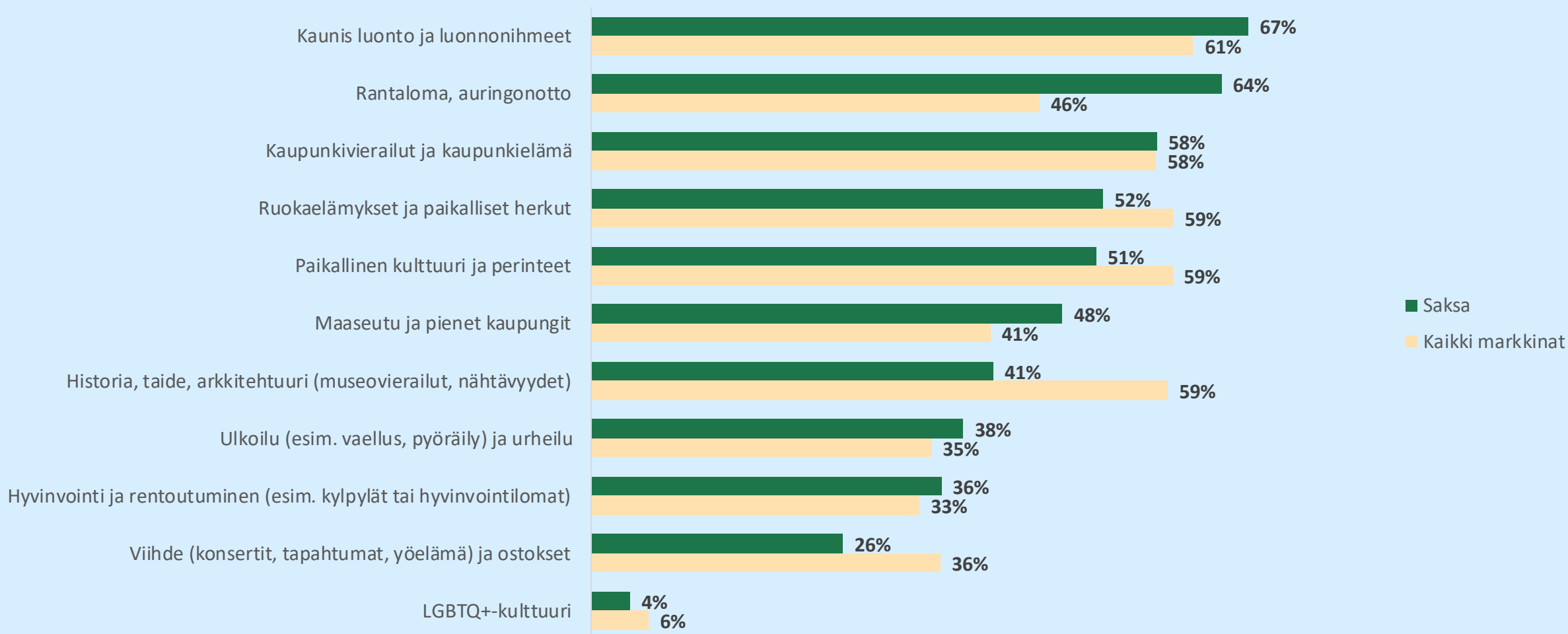
Matkailukäyttäytyminen ja kiinnostuksen kohteet



Kuva: Elina Manninen / Visit Finland

Kaunis luonto ja auringonotto ovat saksalaisia matkajia eniten kiinnostavia matkateemoja. Historia ja taide kiinnostaa suhteessa vähemmän.

Matkateemat



Paikallisten makujen ja uusien ruokien kokeileminen kiinnostavat saksalaisia eniten, ja ruokakokemukset koetaan tärkeänä osana matkatyytyväisyyttä.

Matkailijatyyppi 1/2



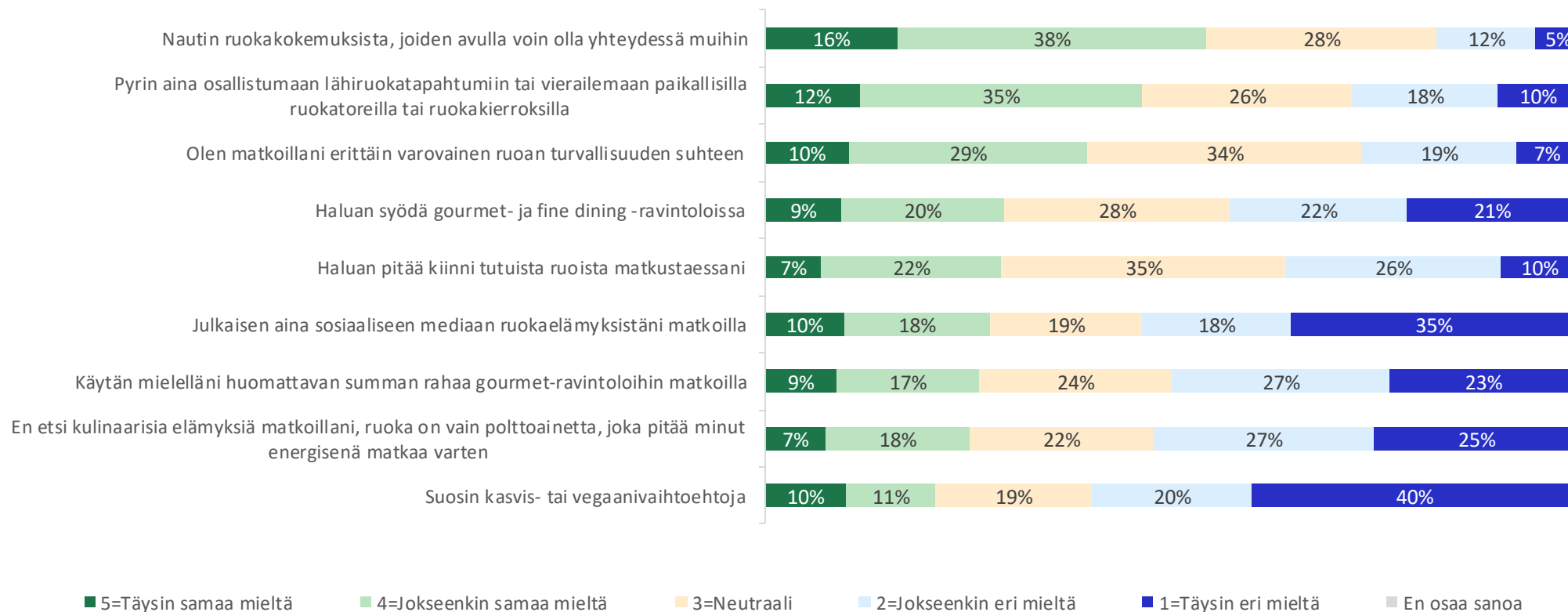
Samaa mieltä	Vrt. kaikki markkinat
81 %	87 %
74 %	83 %
70 %	81 %
67 %	73 %
65 %	76 %
65 %	77 %
64 %	69 %
62 %	79 %
61 %	61 %
59 %	64 %

5=Täysin samaa mieltä 4=Jokseenkin samaa mieltä 3=Neutraali 2=Jokseenkin eri mieltä 1=Täysin eri mieltä En osaa sanoa

Väh. 5%-yks enemmän/vähemmän kuin kaikki markkinat yhteensä

Kasvisvaihtoehdot ja someen ruokaelämysten julkaiseminen jakavat mielipiteitä – iso osa ei ole kiinnostunut näistä.

Matkailijatyyppe 1/2

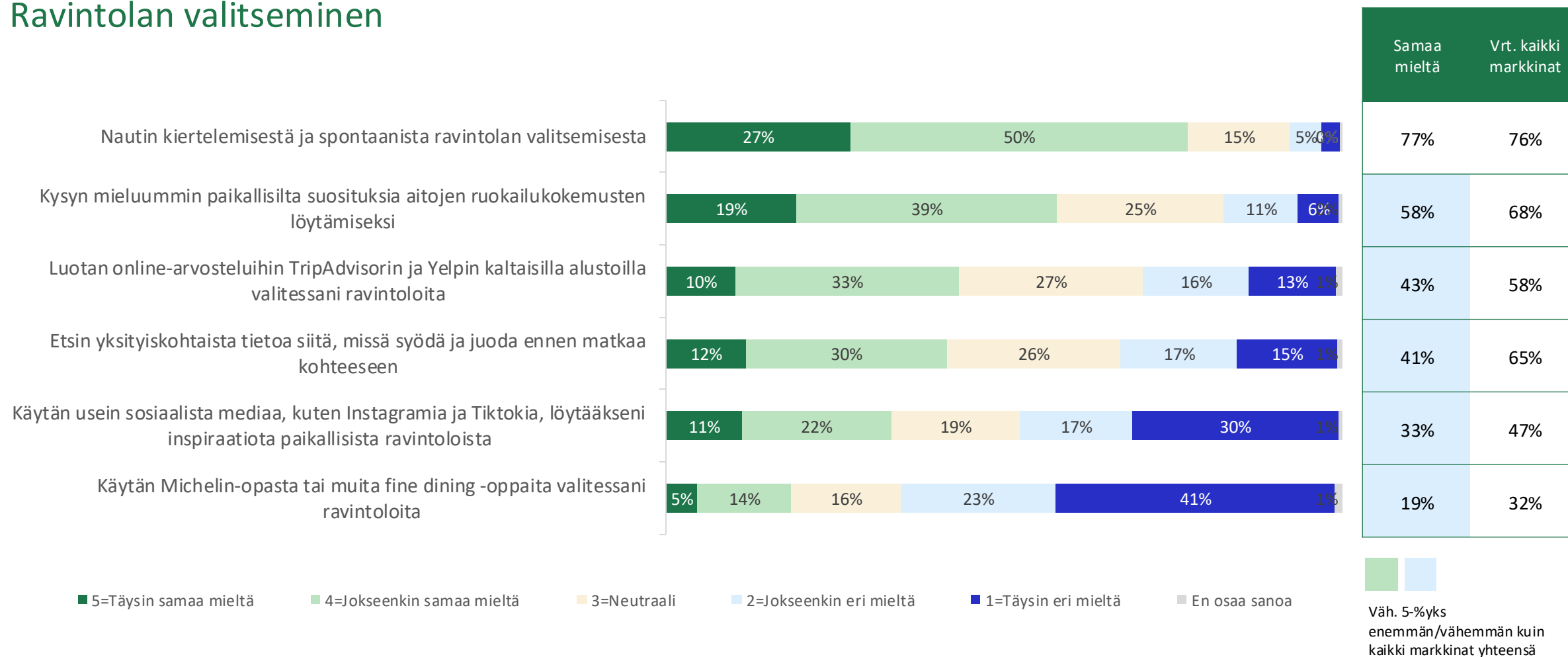


Samaa mieltä	Vrt. kaikki markkinat
54 %	68 %
46 %	59 %
40 %	63 %
29 %	49 %
29 %	36 %
28 %	38 %
26 %	43 %
25 %	21 %
21 %	18 %

Väh. 5%-yks
enemmän/vähemmän kuin
kaikki markkinat yhteensä

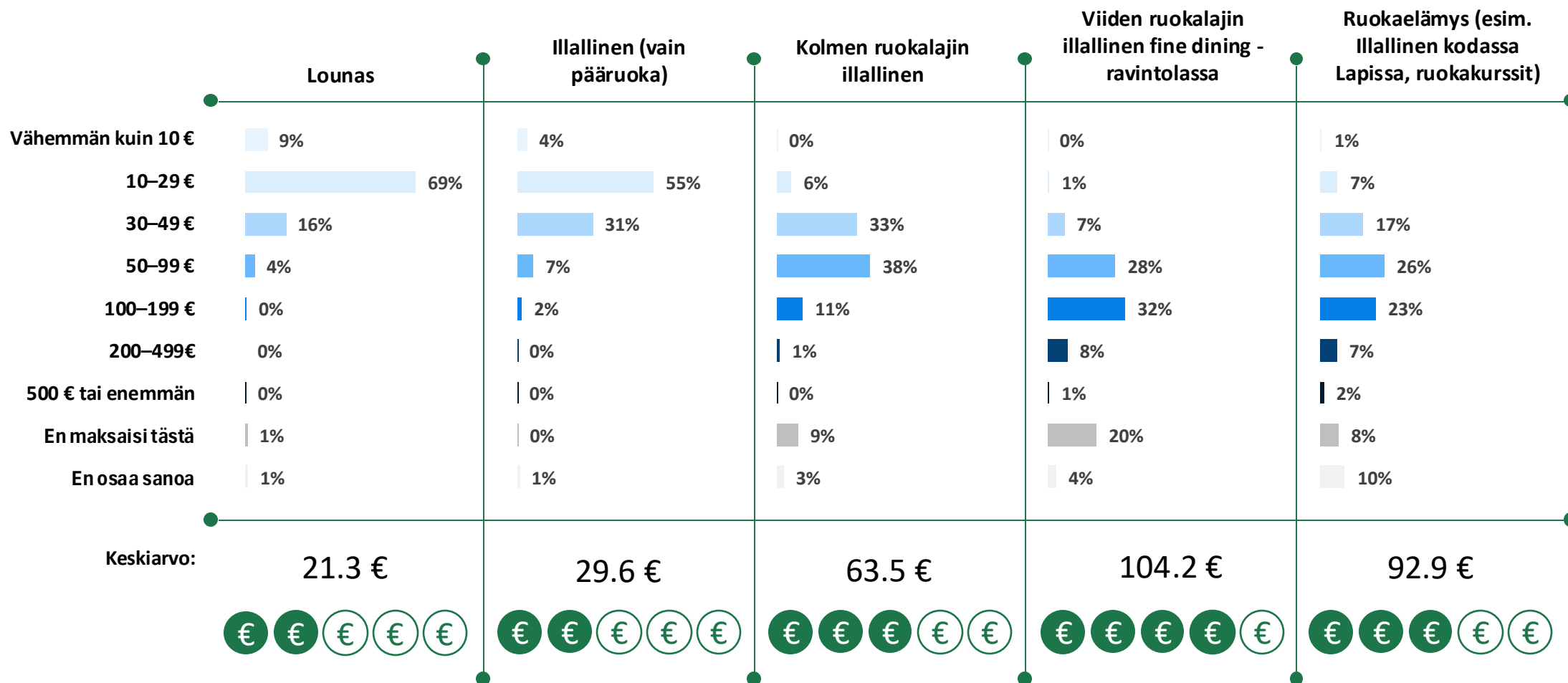
Ravintolan valitseminen spontaanisti on saksalaisille tyypillisin tapa etsiä ravintola

Ravintolan valitseminen



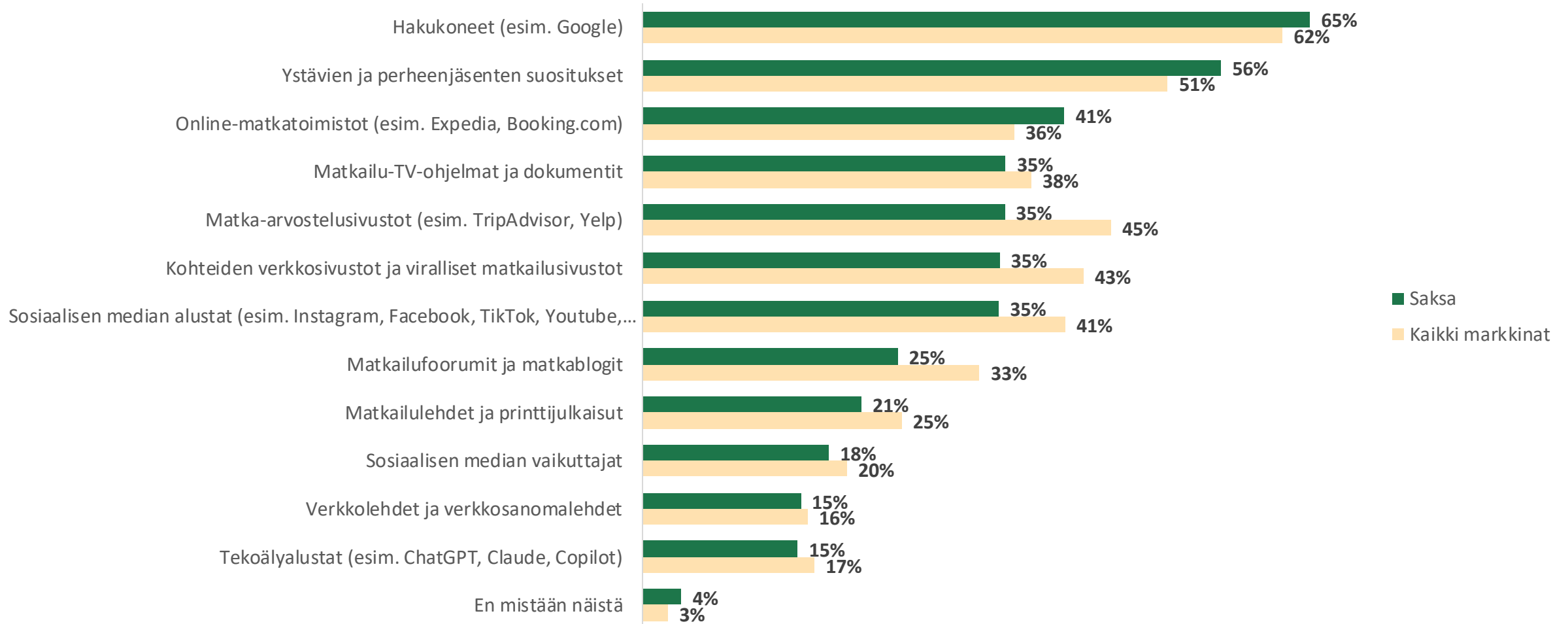
Saksalaiset ovat valmiita maksamaan eniten viiden ruokalajin illallisesta ja ruokaelämyksistä

Maksuhalukkuus

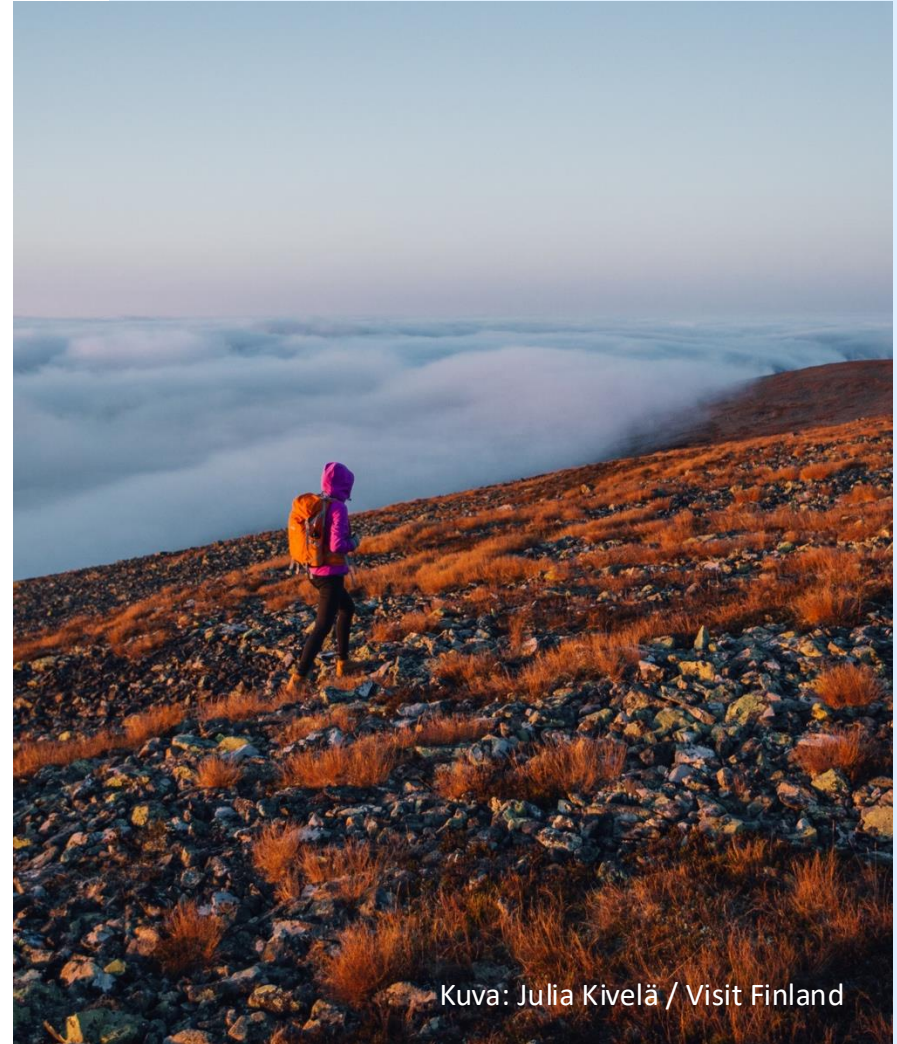


Hakukoneet ja läheisten suositukset ovat tärkeimpiä matkakohteiden tiedonlähteitä. Noin kolmasosa saksalaisista matkustajista hyödyntää virallisia matkailusivustoja.

Tiedonhakukanavat



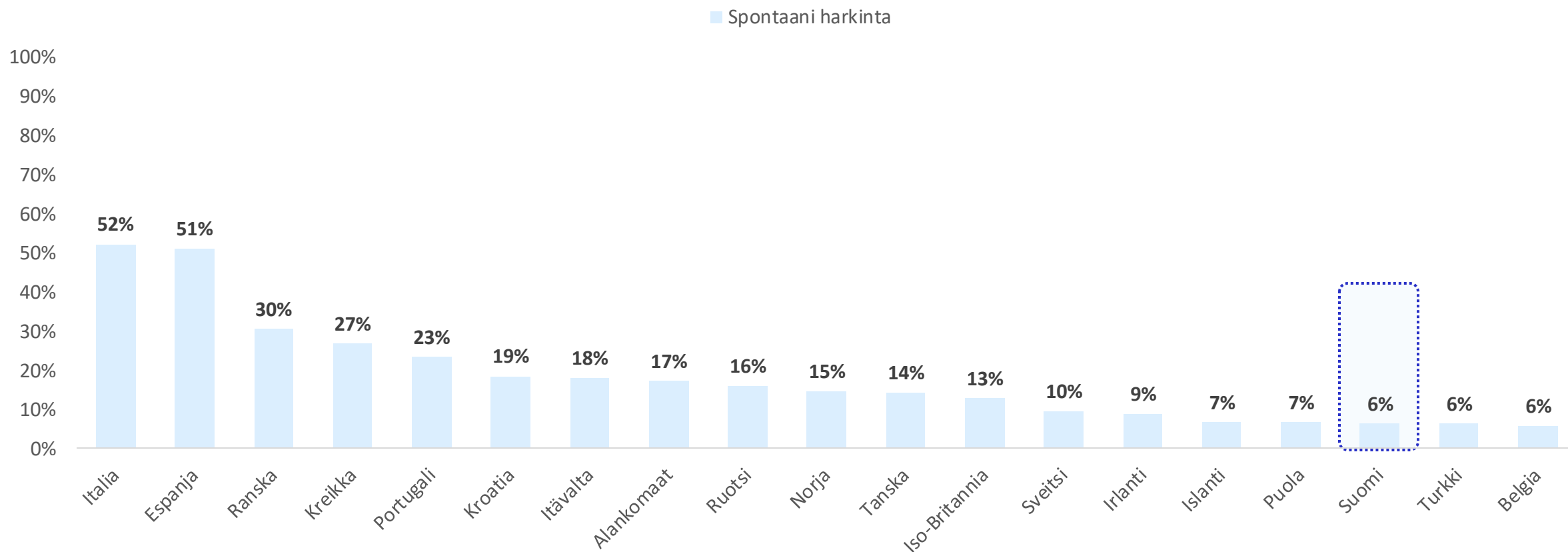
Matkakohteiden tunnettuus ja houkuttelevuus



Kuva: Julia Kivelä / Visit Finland

Italia ja Espanja ovat spontaanisti harkituimpia Euroopan matkakohteita. Ruotsi, Norja ja Tanska mainitaan useammin kuin Suomi.

Spontaani harkinta

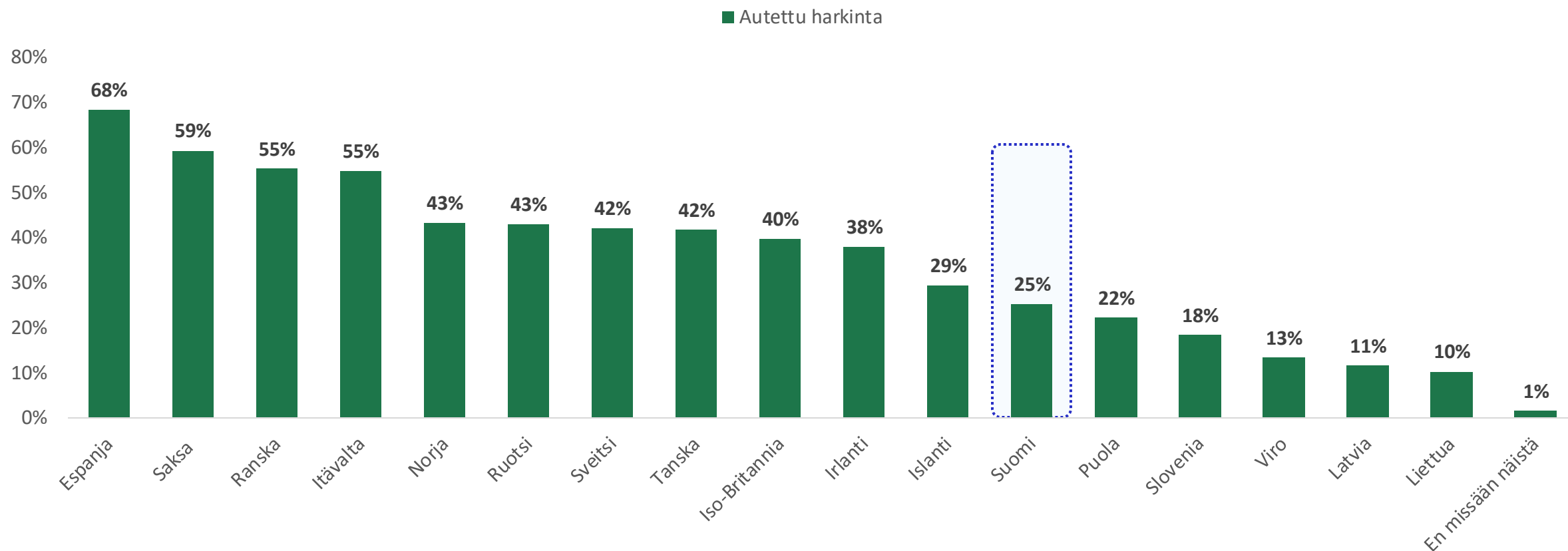


Q: Ajattele Eurooppaa. Mitä Euroopan maita harkitsisit lomaa tai lyhyttä matkaa varten seuraavien kolmen vuoden aikana? (Avoin)

Vastajaat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1020 IP

Listatuista maista suosituimmaksi matkakohteeksi nousee Espanja. Suomea harkitsee noin neljännes saksalaisista matkaajista.

Autettu harkinta



Q: Missä seuraavista maista harkitsisit koskaan vierailevasi (tai vierailevasi uudelleen) lomalla tai lyhyellä matkalla? (Maat listattu)

Vastajaat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1020 IP

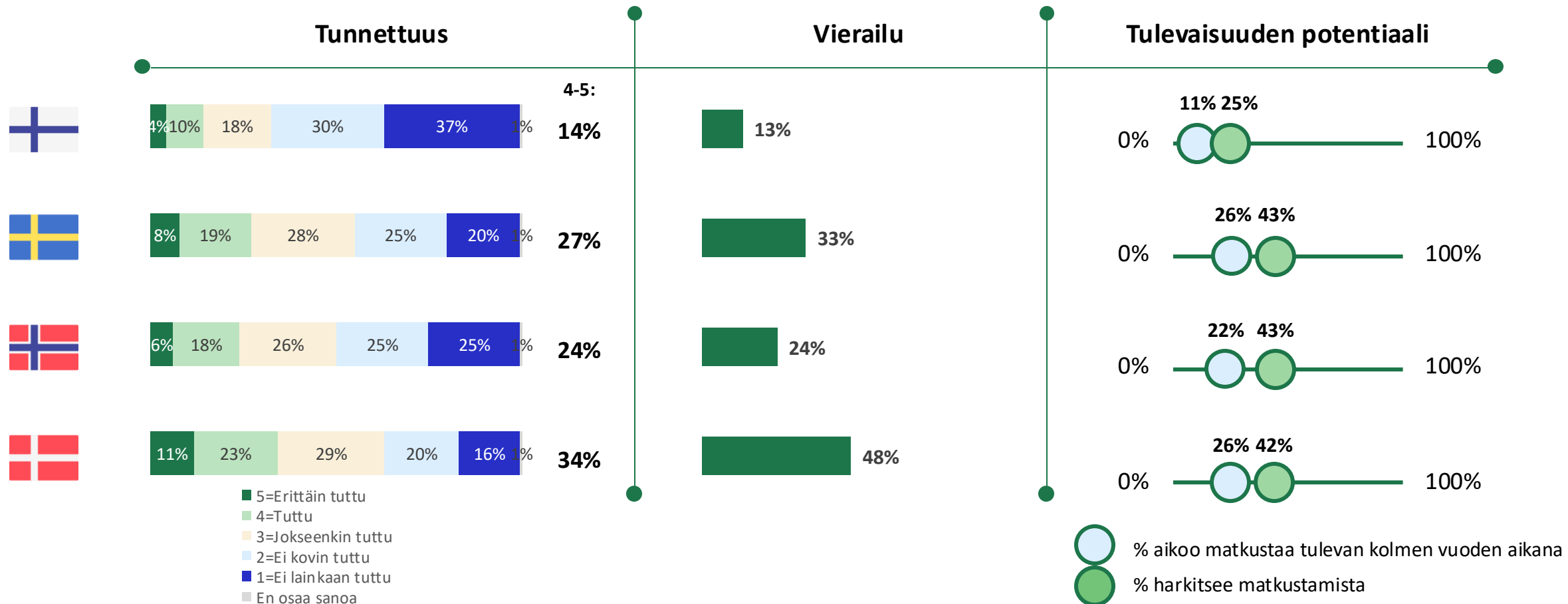
Suomea ei harkita matkakohteena pääosin rajallisen tietämyksen takia. Myös matkakohteen kalleus sekä epämiellyttävä ilmasto koetaan esteiksi.

Esteet Suomeen matkustamiseen



Saksalaiset matkustajat tuntevat parhaiten matkakohteena Tanskan ja ovat myös vierailleet siellä eniten. Suomen tunnettuus ja harkinta jäävät alle muiden Pohjoismaiden tason.

Pohjoismaat: tunnettuus, vierailu ja tulevaisuuden potentiaali

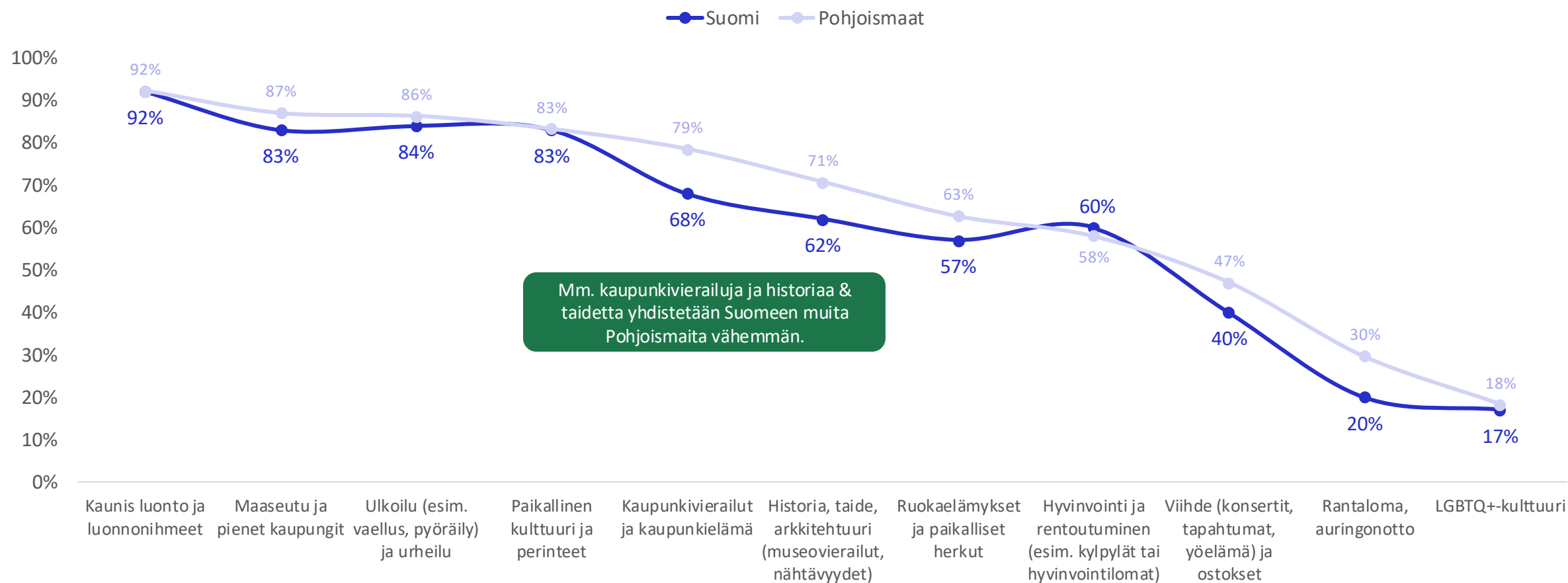


Q: Kuinka tuttuja seuraavat maat ovat sinulle matkakohteina? Missä näistä Pohjoismaista olet koskaan ollut lomalla tai lyhyellä matkalla? Aiotko vierailla jossakin näistä maista seuraavan 3 vuoden aikana (esim. olet jo varannut matkan)? Missä seuraavista maista harkitsisit koskaan vierailevasi (tai vierailevasi uudelleen) lomalla tai lyhyellä matkalla? (Maat listattu)

Vastaajat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1020 IP

Luonto, maaseutu, ulkoilu ja paikallinen kulttuuri ovat matkateemoja, jotka yhdistetään selkeästi kaikkiin Pohjoismaihin.

Matkateemojen yhdistäminen Suomeen ja Pohjoismaihin



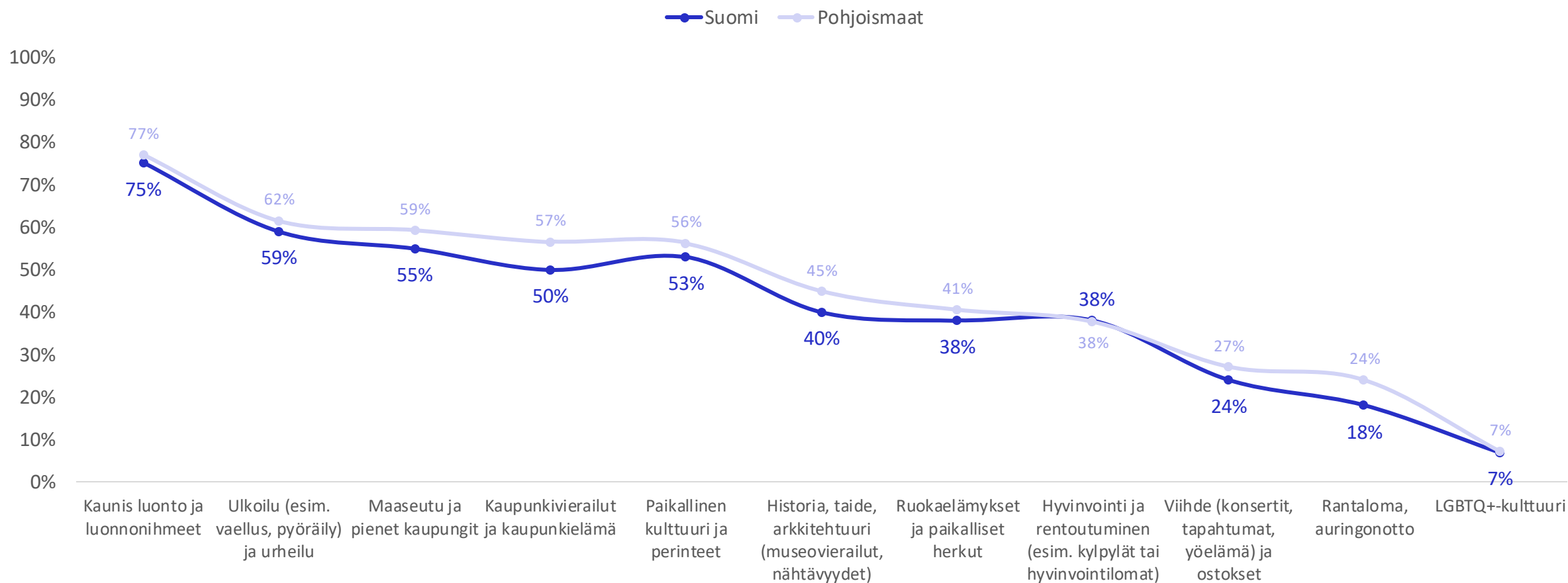
Ruotsiin yhdistetään useampia matkateemoja hieman vahvemmin kuin muihin maihin.

Matkateemojen yhdistäminen Suomeen ja Pohjoismaihin

					Keskiarvo
Kaunis luonto ja luonnonihmeet	92 %	96 %	94 %	87 %	92 %
Maaseutu ja pienet kaupungit	83 %	92 %	88 %	85 %	87 %
Ulkoilu (esim. vaellus, pyöräily) ja urheilu	84 %	90 %	90 %	81 %	86 %
Paikallinen kulttuuri ja perinteet	83 %	88 %	84 %	78 %	83 %
Kaupunkivierailut ja kaupunkielämä	68 %	86 %	78 %	82 %	79 %
Historia, taide, arkkitehtuuri (museovierailut, nähtävyydet)	62 %	77 %	73 %	71 %	71 %
Ruokaelämykset ja paikalliset herkut	57 %	68 %	62 %	64 %	63 %
Hyvinvointi ja rentoutuminen (esim. kylpylät tai hyvinvointilomat)	60 %	60 %	56 %	56 %	58 %
Viihde (konsertit, tapahtumat, yöelämä) ja ostokset	40 %	53 %	43 %	52 %	47 %
Rantaloma, auringonotto	20 %	30 %	20 %	49 %	30 %
LGBTQ+-kulttuuri	17 %	19 %	18 %	19 %	18 %

Pohjoismaita harkitaan eniten luontolomiin. Suome harkitaan hieman muita Pohjoismaita vähemmän mm. pienempien ja isompien kaupunkien vierailukohteena.

Pohjoismaiden houkuttelevuus matkateemoittain



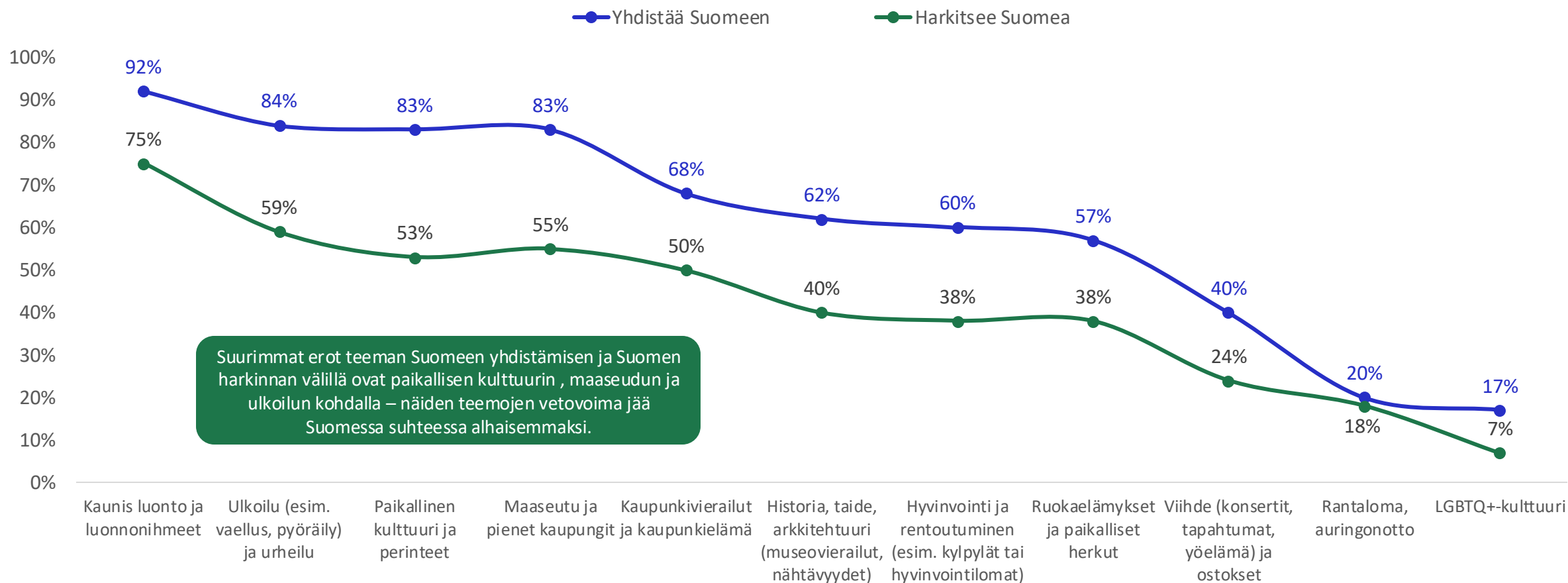
Norja houkuttelee eniten luontomatkailuun ja ulkoilemaan. Ruotsi on kärjessä, kun mietitään kaupunkivierailuita.

Pohjoismaiden houkuttelevuus matkateemoittain

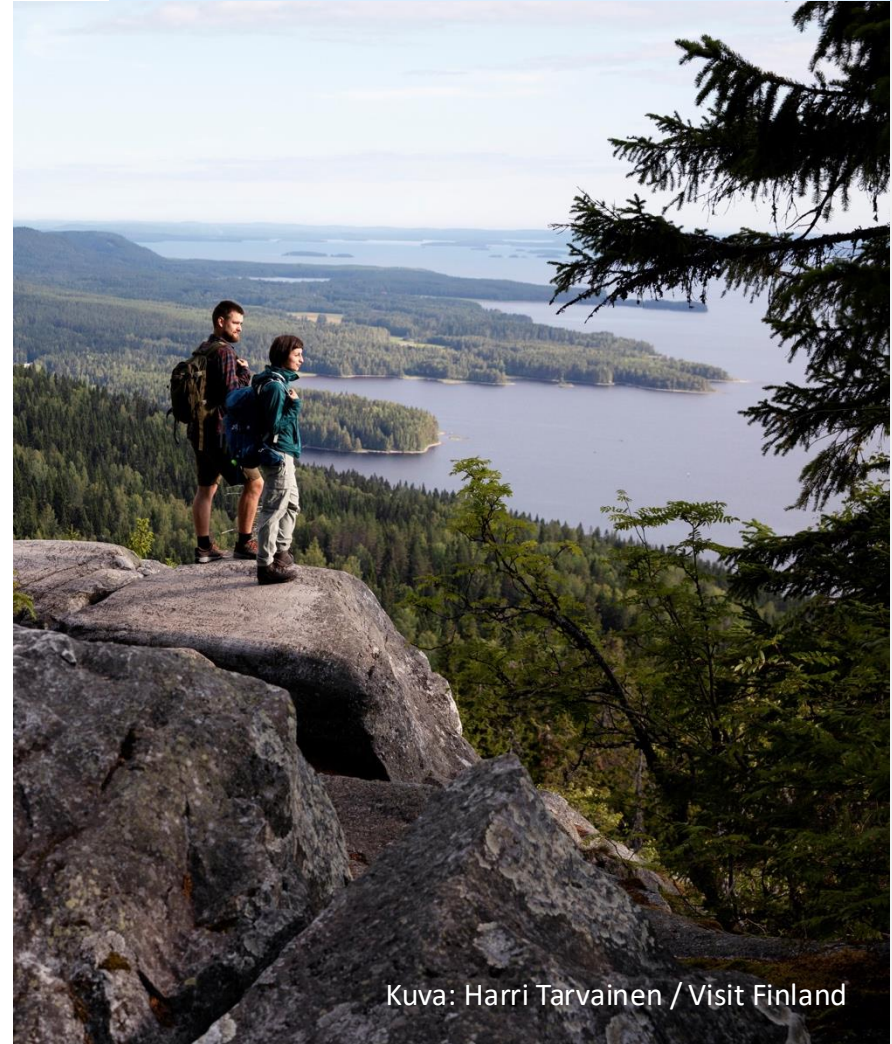
					Keskiarvo
Kaunis luonto ja luonnonihmeet	75 %	80 %	85 %	68 %	77 %
Ulkoilu (esim. vaellus, pyöräily) ja urheilu	59 %	63 %	72 %	52 %	62 %
Maaseutu ja pienet kaupungit	55 %	63 %	63 %	56 %	59 %
Kaupunkivierailut ja kaupunkielämä	50 %	63 %	55 %	58 %	57 %
Paikallinen kulttuuri ja perinteet	53 %	62 %	60 %	50 %	56 %
Historia, taide, arkkitehtuuri (museovierailut, nähtävyydet)	40 %	49 %	46 %	44 %	45 %
Ruokaelämykset ja paikalliset herkut	38 %	45 %	40 %	39 %	41 %
Hyvinvointi ja rentoutuminen (esim. kylpylät tai hyvinvointilomat)	38 %	37 %	37 %	39 %	38 %
Viihde (konsertit, tapahtumat, yöelämä) ja ostokset	24 %	28 %	25 %	31 %	27 %
Rantaloma, auringonotto	18 %	23 %	19 %	36 %	24 %
LGBTQ+-kulttuuri	7 %	6 %	8 %	8 %	7 %

Suomeen yhdistetään vahvasti luontoteema ja Suomea myös harkitaan selvästi luontomatkakohteena.

Matkateemojen yhdistäminen ja houkuttelevuus, Suomi



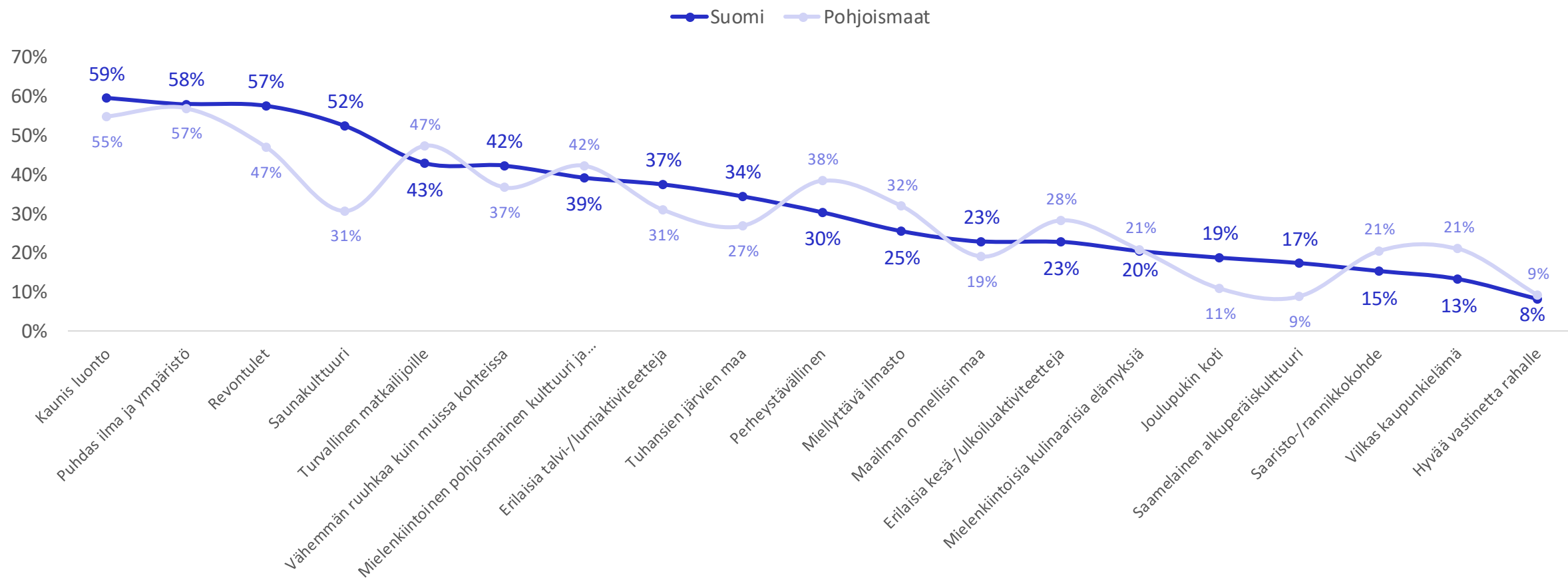
Maamielikuva: Pohjoismaat



Kuva: Harri Tarvainen / Visit Finland

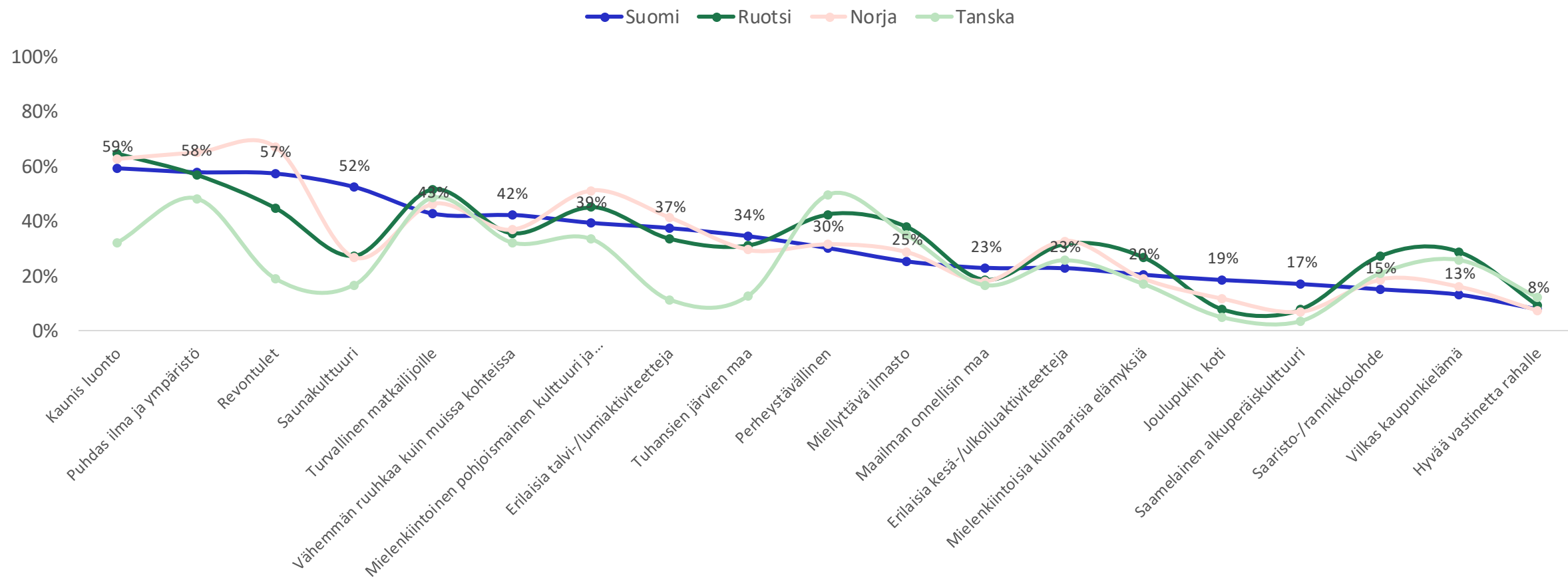
Saksalaisten mielestä Suomea kuvaa parhaiten kaunis luonto, puhdas ympäristö ja revontulet. Saunakulttuuri erottaa Suomen muista Pohjoismaista.

Maamielikuva, Suomi vs. Pohjoismaat



Tanskan mielikuva eroaa hieman muista Pohjoismaista – siihen liitetään vähemmän luontomielikuvia.

Maamielikuva



Kesäaktiviteetit, pohjoismainen kulttuuri, joulupukin koti ja ruoka ovat Suomen harkintaan eniten vaikuttavia mielikuvia.

Tärkeimmät harkintaa ajavat attribuuatit



Driver-analyysi tunnistaa korrelaatioanalyysin keinoin ne mielikuvat, jotka vahvimmin edistävät Suomen harkintaa matkakohteena.

- Mitkä mielikuvat ovat tärkeimpiä harkinnan vahvistamiseksi?
- Minkälaista mielikuvaa tulisi priorisoida vetovoiman kasvattamiseksi?
- Mitä mielikuva-attribuutteja kannattaa seurata strategisella tasolla tulevaisuudessa?

Suomen harkinnan tärkeimmät ajurit ovat kesä/ulkoilmaaktiviteetit, pohjoismainen kulttuuri, joulupukki sekä kulinaariset elämykset.

Harkinnan ajurit

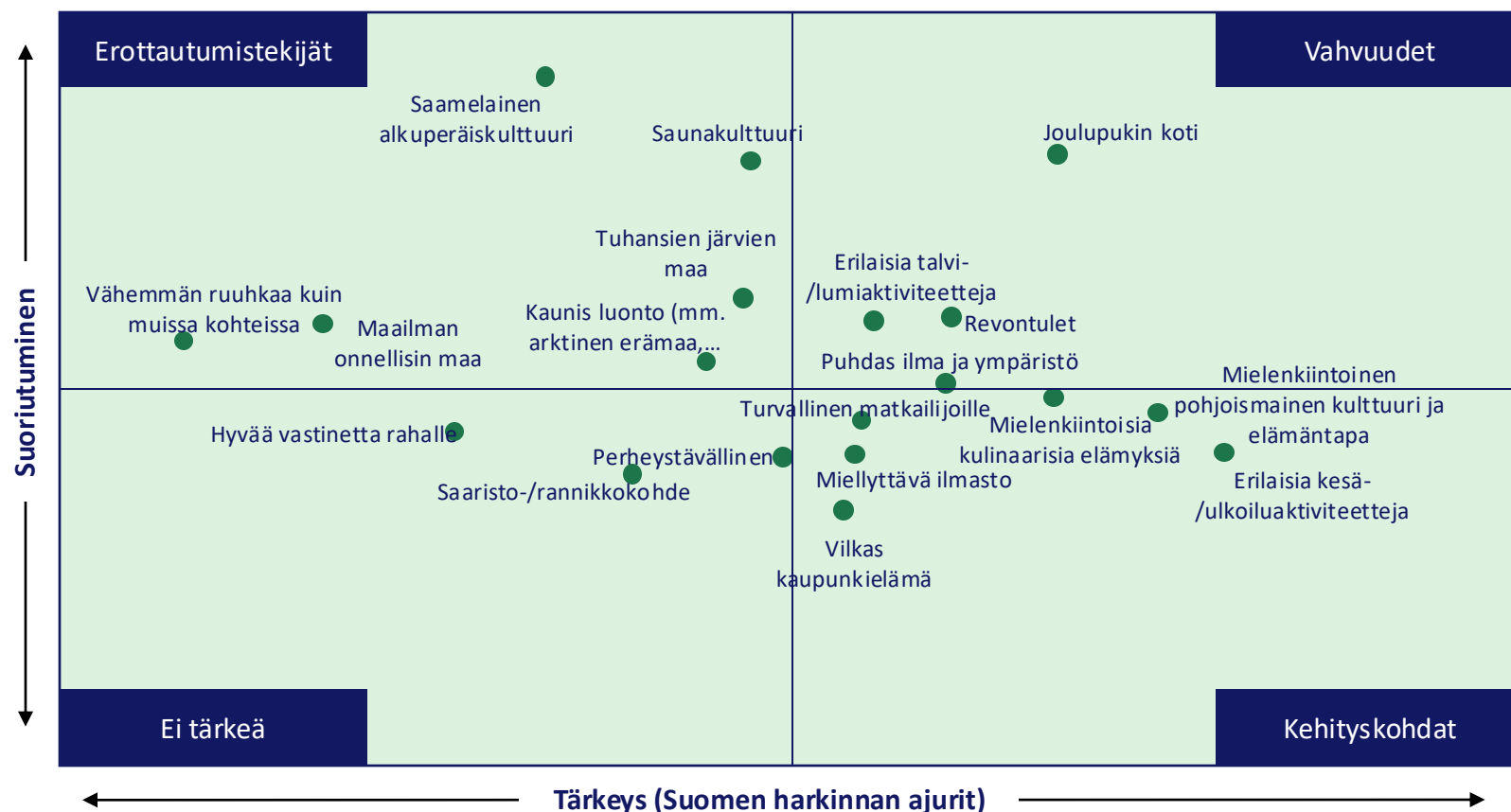


Ajurianalyysi: Korrelaatio maahan liitettyjen mielikuvien ja maan harkinnan välillä. Mitä vahvempi korrelaatio, sitä tärkeämpi mielikuva on harkinnan kannalta. Q: Missä seuraavista maista harkitsisit koskaan vierailevasi (tai vierailevasi uudelleen) lomalla tai lyhyellä matkalla?: (Suomi)/ Mitkä näistä ominaisuuksista yhdistät Suomeen matkakohteena?

Vastaajat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1020 IP

Suomen vahvuuksia ovat Joulupukin koti, revontulet ja talviaktiviteetit. Joulupukin koti on myös saksalaisille matkustajille tärkeä harkinnan ajuri.

Tärkeys vs. suoriutuminen: Maamielikuva



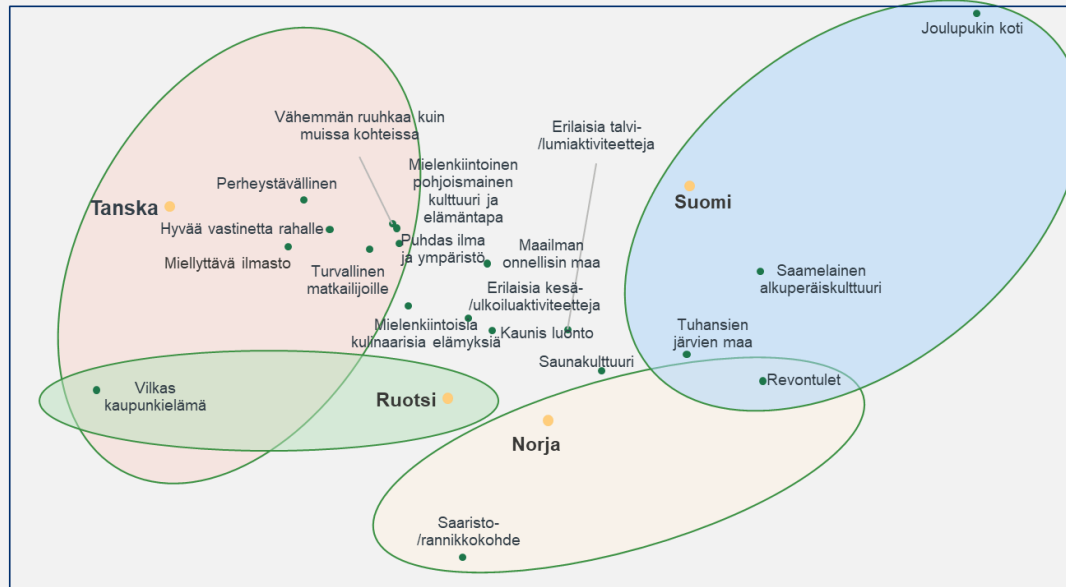
Kommentit

Joulupukin koti, revontulet ja talviaktiviteetit ovat Suomen harkinnan tärkeitä ajureita ja myös Suomen **nykyisiä vahvuuksia** muihin Pohjoismaihin nähden.

Tärkeät ajurit, joissa Suomi suoriutuu **samalla tasolla** muiden Pohjoismaiden kanssa: *mielenkiintoinen pohjoismainen kulttuuri ja elämäntapa, kulinaariset elämykset, puhdas ilma ja ympäristö sekä turvallisuus.*

Suomen **kehityskohteita** tärkeissä ajureissa ovat mielikuvat *kesä- ja ulkoiluaktiviteeteista sekä kaupunkielämästä.*

MIELIKUVAKARTAN LUKUOHJE



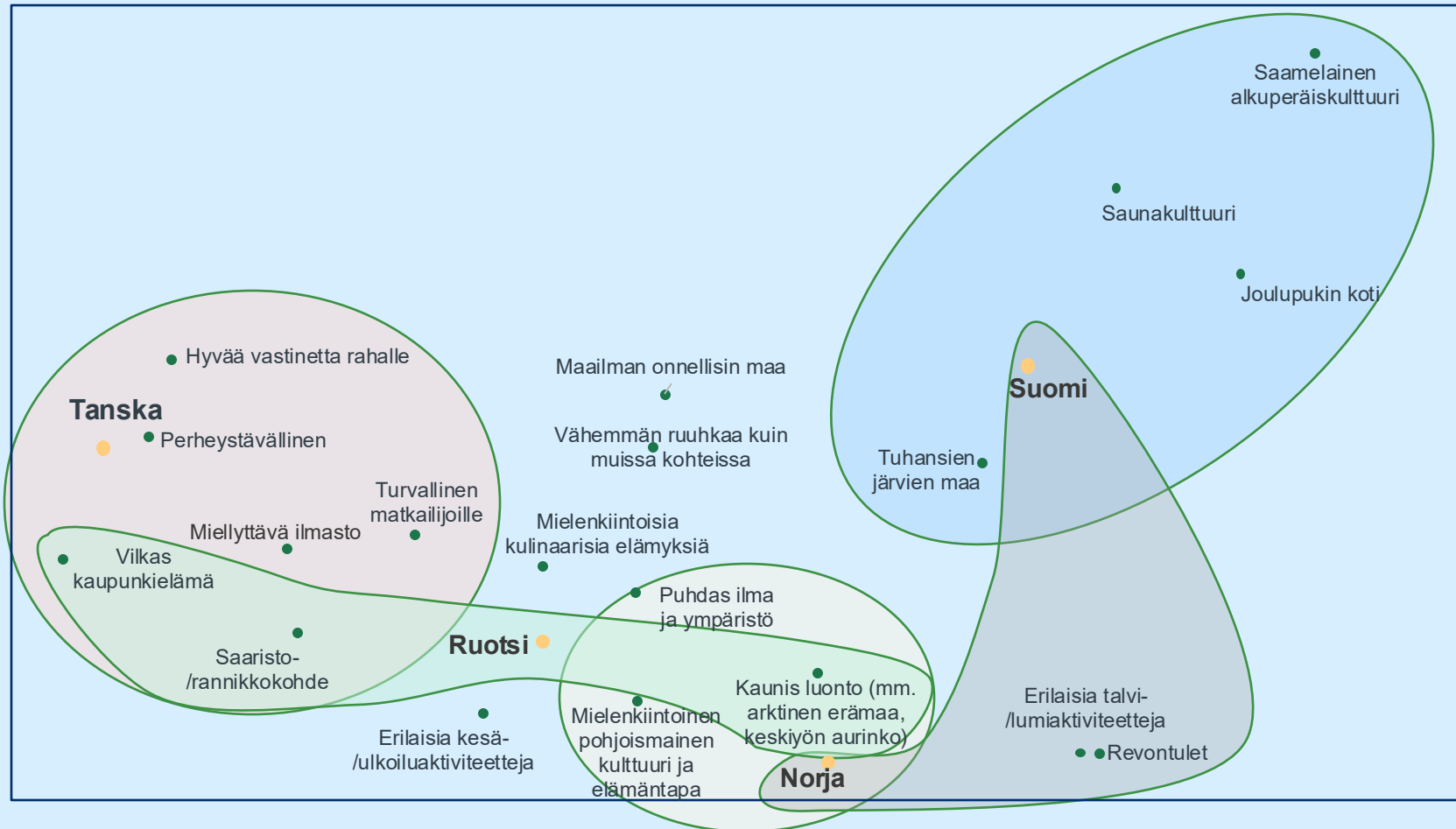
Positiointikartta visualisoi, miten matkustajat kokevat eri maat ja niihin liitetty mielikuvat.

Kartan avulla voidaan tunnistaa, miten eri maat ja ominaisuudet ryhmittelevät toisiinsa nähden ja mitkä tekijät erottavat ne toisistaan.

Karttaan piirretyt korostukset havainnollistavat maiden suhteellisia vahvuuksia muihin maihin nähden.

Suomella on saksalaisten silmissä omanlaisensa maamielikuva, johon liittyy selkeiden saunakulttuuri, mutta myös muita elementtejä.

Maamielikuva, suhteellinen mielikuva



Kommentit

Suomen positio on omanlaisensa saksalaisten silmissä – Suomeen yhdistetään suhteellisesti enemmän saamelaista alkuperäiskulttuuria, saunakulttuuria, joulupukin kotia ja järvimaisemaa. Myös talvi ja revontulet ovat Suomea erottelevia tekijöitä, jotka maa jakaa Norjan kanssa.

Tanska näyttäytyy vahvemmin kaupunkikohteena: perheystävällisenä, turvallisena. Ruotsi positioituu Tanskan ja Norjan välimaastoon.

Suomalaisen ruoan mielikuva ja houkuttelevuus



Kuva: Soili Jussila / Vastavalo / Visit Finland

Suomalainen keittiö tuo saksalaisille vahvimmin mieleen kalan ja riistan. Sitä pidetään myös raskaampana ja runsaampana kuin muissa maissa.

Spontaani vaikutelma suomalaisesta keittiöstä

- **Kala ja riista (erityisesti poro ja hirvi)** ovat saksalaisten mielikuvissa suomalaisen keittiön ytimessä.
- Ruoka nähdään **luonnollisena, tuoreena, yksinkertaisena ja maanläheisenä**, mutta myös usein **“raskaan”, “runsaan” ja “ei kovin mausteisen”** tai **“yksitoikkoisen”** mielikuvan kautta.
- **Marjat, peruna ja leipä** mainitaan usein lisukkeina.
- **Tuntemattomuus on erittäin yleistä**, mutta uteliaisuus ja kiinnostus kokeilla ruokaa toistuvat.
- **Kasvisruokaa ei koeta olevan paljon**, ja osa mainitsee ruoan olevan **“ei kovin kasvissyöjäystävällistä”**.

“On luultavasti hyvin lihapainotteinen”

“Maanläheisiä, paljon kalaruokia”

“Luulen, että paljon kalaa ja riistaa jalostetaan”

“Mielestäni suomalainen ruoka on terveellistä”

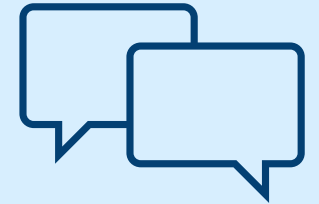
“Suomalainen keittiö on mielenkiintoista ja herkullista, jossa käytetään paljon kalaa, perunoita, marjoja ja maitotuotteita.”

“Perinteistä ruokaa, paljon kalaa, melko rasvaista ruokaa”

“Luonnonläheisyys ja tuoreus, rehellinen ja aito maku”

“Pikemminkin ei sovellu kasvissyöjille”

“Mielestäni suomalainen keittiö on erittäin mielenkiintoinen, mutta en syö kaikkea, koska elän kasvissyöjänä.”



Suomalaista ruokaa ei tunneta, tai se ei herätä houkuttelevia mielleyhtymiä.

Syyt miksei Suomea nähdä ruokamatkakohteena



Lohi ja poronliha ovat saksalaisten maistetuimmat suomalaiset ruoat



Kuva: Elina Manninen / Keksi / Visit Finland

Leivonnaiset ja marjat

Korvapuusti, Runebergin torttu, suomalaiset makeiset ja suklaat, mustikka, karpalo



Kuva: Harri Tarvainen / Visit Finland

Lohi ja kalapohjaiset ruoat

Savustettu, grillattu, lohikeitto, kalakukko, silli

Poronliha ja muu riista

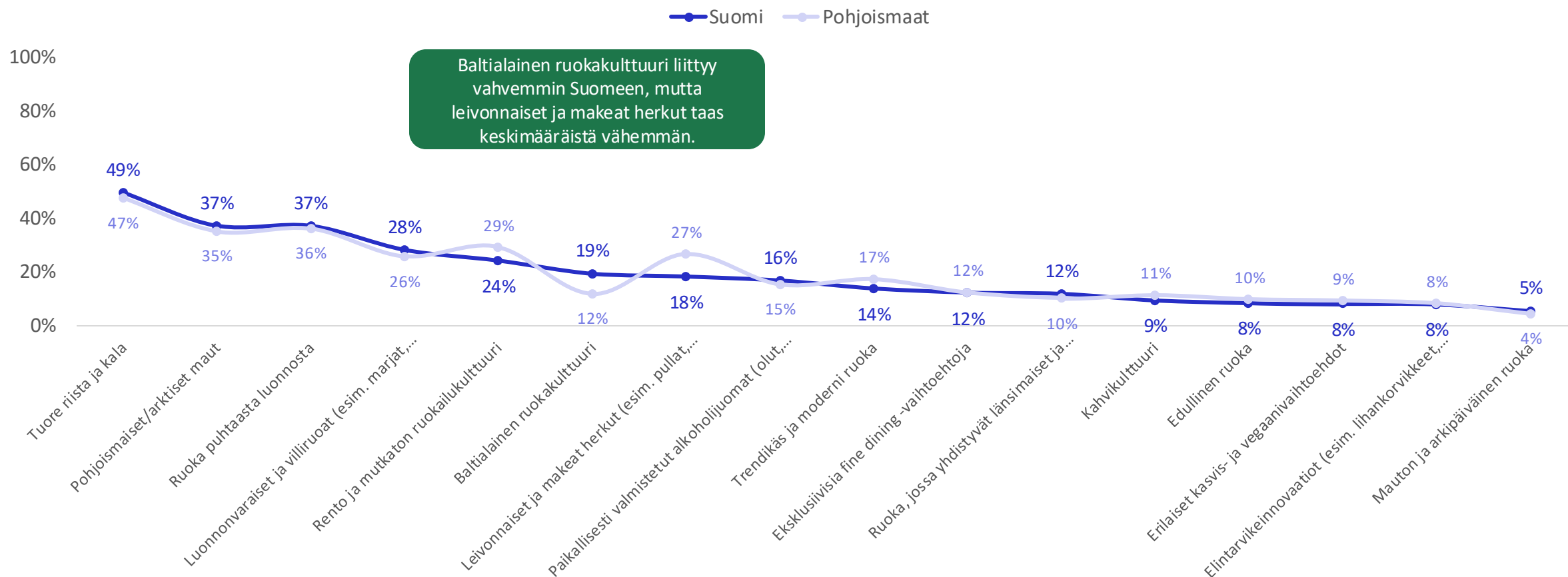
Hirvi, karhu, poronkäristys, riistapateet

Perinteiset keitot ja padat

Lanttulaatikko, hernekeitto, padat, lihapullat

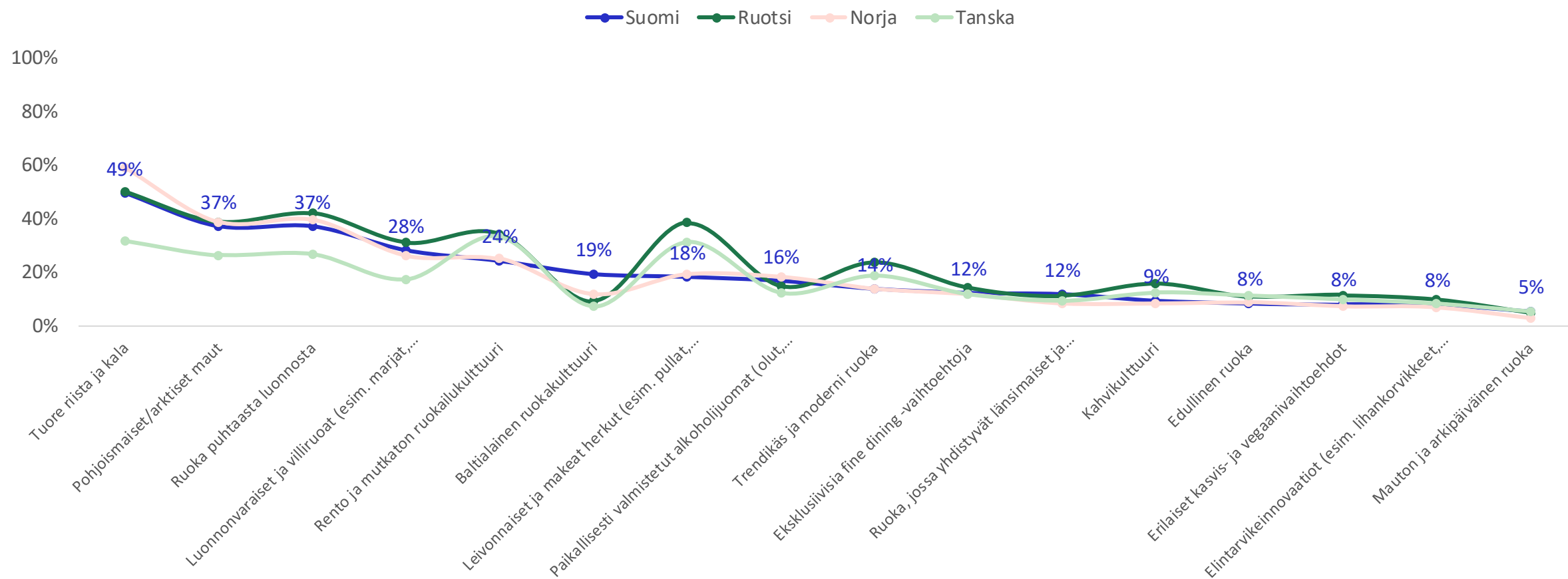
Suomeen ja myös muihin Pohjoismaihin liitetty ruokamielikuva pohjautuu vahvasti tuoreeseen riistaan ja kalaan. Myös pohjoismaiset/arktiset maut ja puhdas luonto ovat vahvimpia mielikuvia.

Ruokamielikuva



Tanskan ruokamielikuva poikkeaa hieman muista Pohjoismaista, etenkin pohjoismaisuutta ja luonnonantimia liitetään Tanskaan vähemmän.

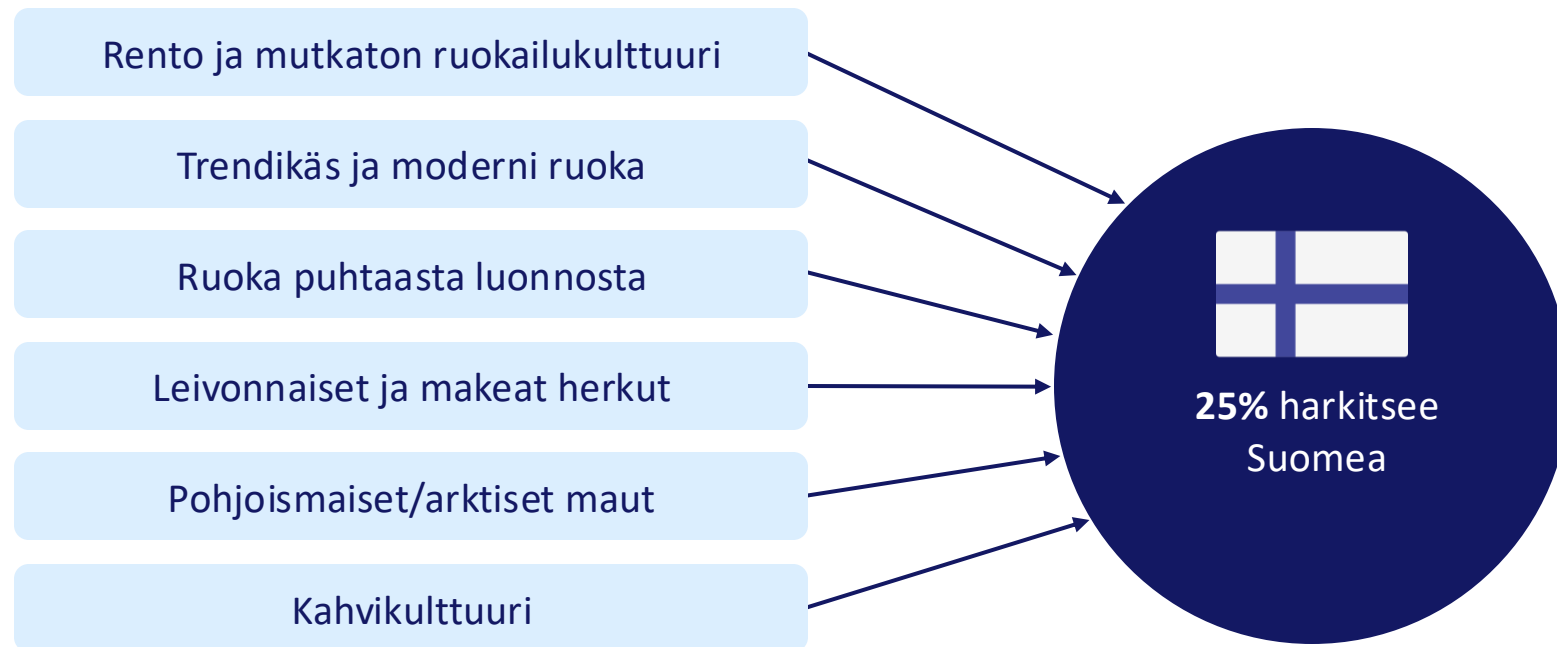
Ruokamielikuva



Q: Mitkä näistä ruokaan liittyvistä aiheista tai ominaisuuksista yhdistät Suomeen/Ruotsiin/Norjaan/Tanskaan?
Vastajat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1020 IP

Suomen harkinnan tärkeimpinä ajureina ovat rento ruokakulttuuri, trendikäs ruoka ja ruoka puhtaasta luonnosta

Tärkeimmät Suomen harkintaa ajavat attribuutit

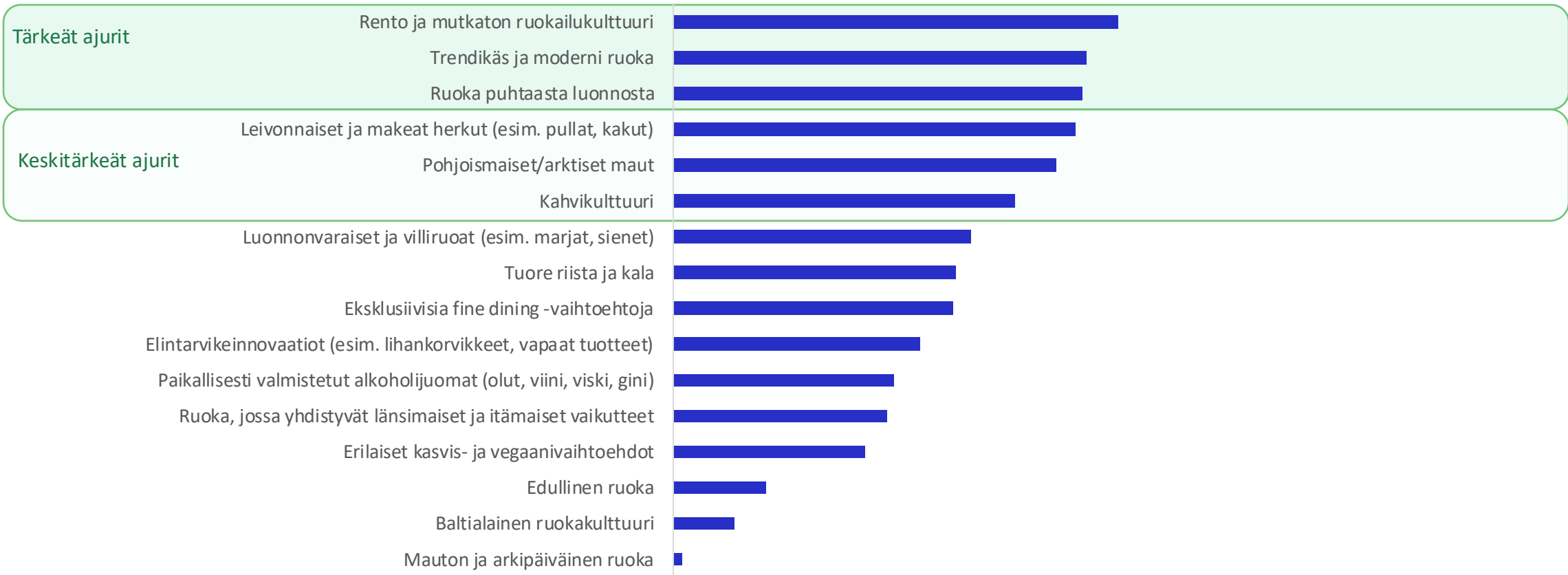


Driver-analyysi tunnistaa korrelaatioanalyysin keinoin ne mielikuvat, jotka vahvimmin edistävät Suomen harkintaa matkakohteena.

- Mitkä mielikuvat ovat tärkeimpiä harkinnan vahvistamiseksi?
- Minkälaista mielikuvaa tulisi priorisoida vetovoiman kasvattamiseksi?
- Mitä mielikuva-attribuutteja kannattaa seurata strategisella tasolla tulevaisuudessa?

Suomen harkinnan tärkeimpinä ajureina ovat rento ruokakulttuuri, trendikäs ruoka ja ruoka puhtaasta luonnosta. Myös leivonnaiset ja kahvikulttuuri ovat olennaisessa roolissa.

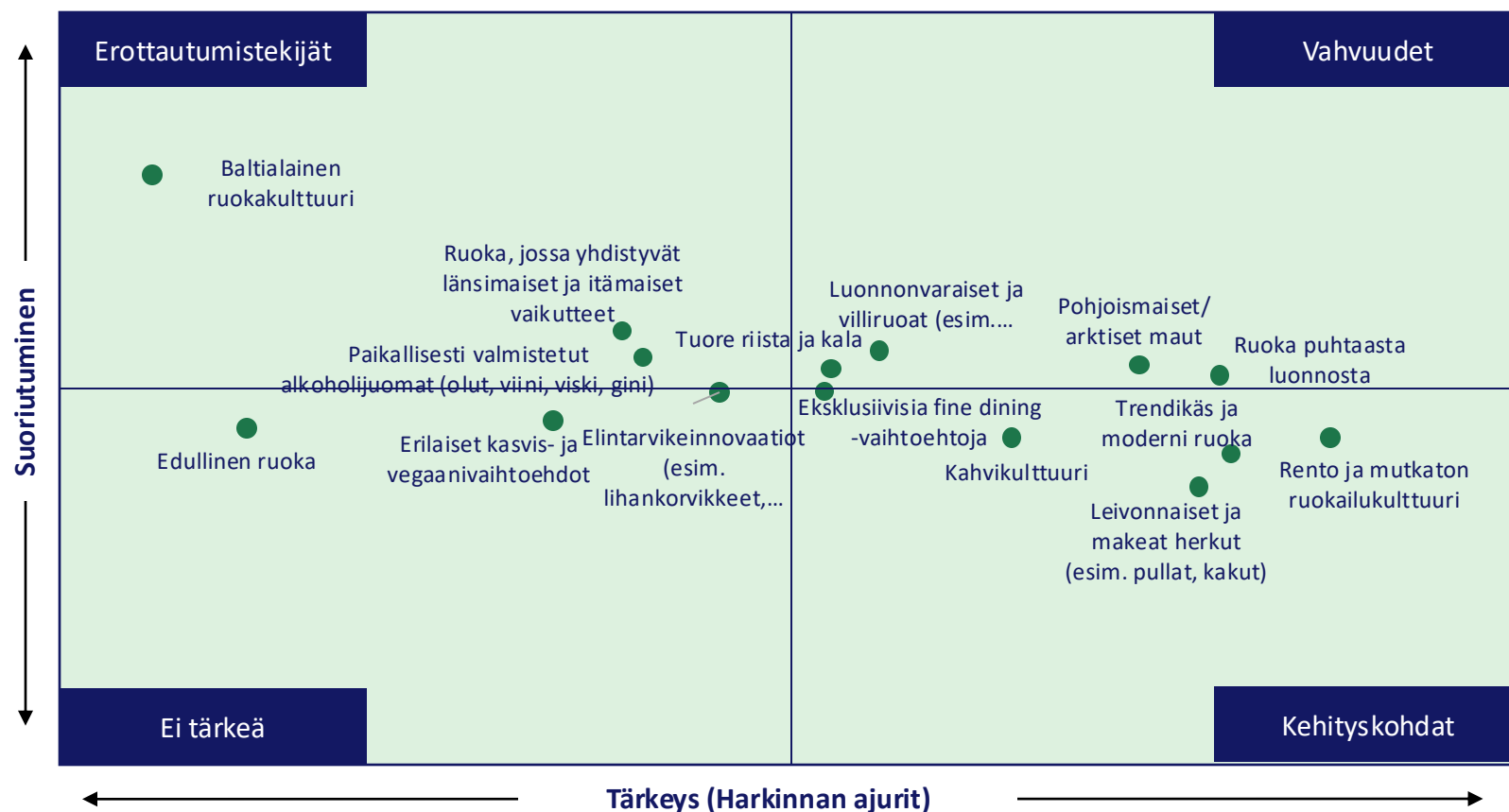
Suomen harkintaa ajavat attribuutit



Ajurianalyysi: Korrelaatio maahan liitettyjen mielikuvien ja maan harkinnan välillä. Mitä vahvempi korrelaatio, sitä tärkeämpi mielikuva on harkinnan kannalta.
Q: Missä seuraavista maista harkitsisit koskaan vierailevasi (tai vierailevasi uudelleen) lomalla tai lyhyellä matkalla?: (Suomi)/ Mitkä näistä ruokaan liittyvistä aiheista tai ominaisuuksista yhdistät Suomeen?
Vastaajat: 18-65-vuotiaat lomamatkaa seuraavan kolmen vuoden aikana suunnittelevat 1020 IP

Tärkeimmät ruokamatkailun ajurit, jossa Suomi suoriutuu hieman muita Pohjoismaita heikommin, ovat rento ruokailukulttuuri, trendikäs ruoka ja leivonnaiset.

Tärkeys vs suoriutuminen: Ruokamielikuva



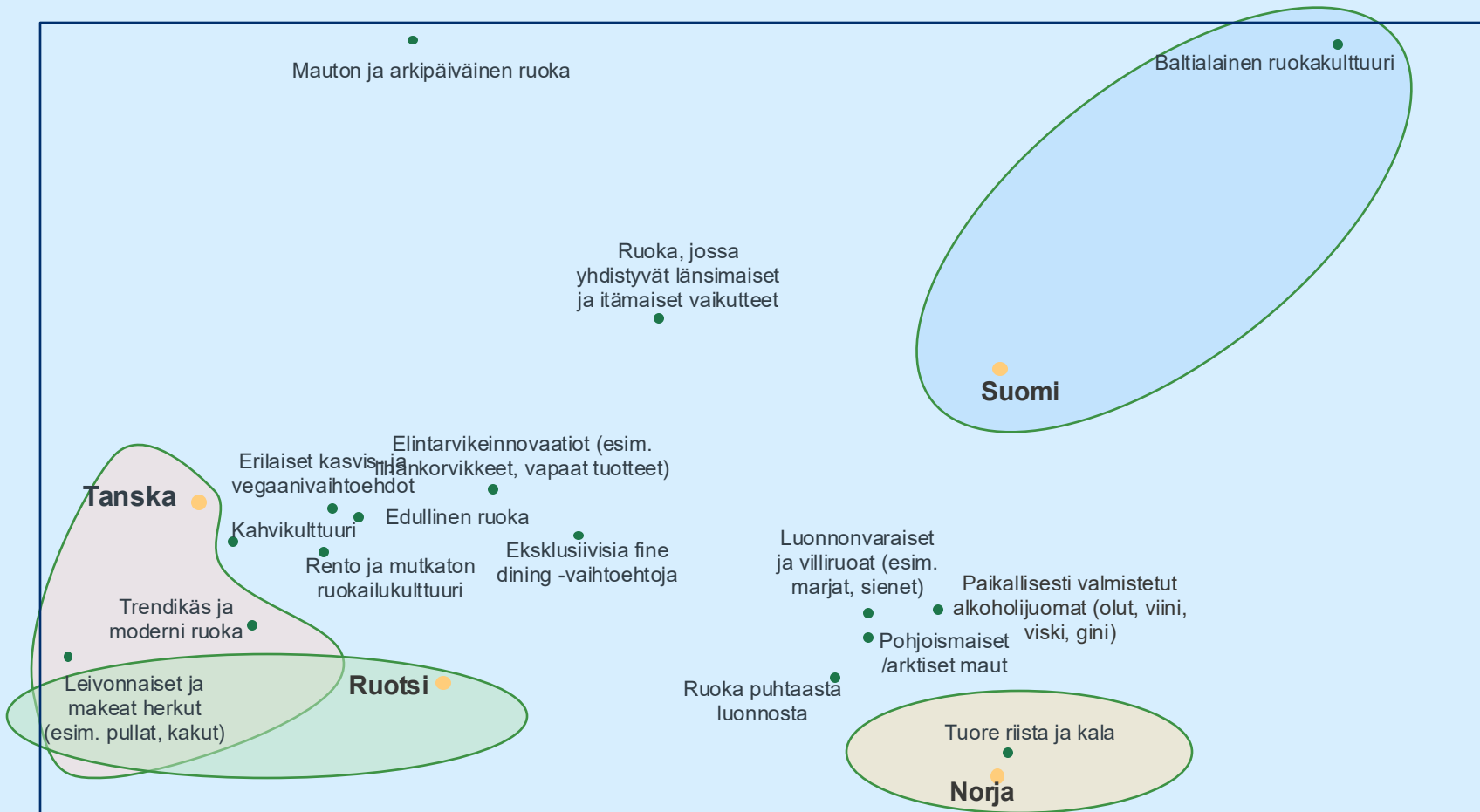
Kommentit

Saksalaisten mielestä Suomen ruokamielikuva on hyvin lähellä muita Pohjoismaita. Mm. *rentoudessa, trendikkyudessa ja leivonnaisten osalta* Suomi jää hieman alle vertailumaiden keskiarvon.

Baltialaista ruokakulttuuria liitetään Suomeen hieman muita maita enemmän. Vaikka se ei ole tärkein ruokamatkailun ajuri, on se Suomelle erottumistekijä.

Pohjoismaiden ruokamielikuva on hyvin samankaltainen, erottelevia tekijöitä on vain yksittäisiä.

Ruokamielikuva, suhteellinen mielikuva



Kommentit

Suomen ruokamielikuvan erottaa muista Pohjoismaista baltialainen ruokakulttuuri.

Norjaan yhdistyy muita maita vahvemmin tuore riista ja kala. Ruotsia ja Tanskaa yhdistävät leivonnaiset. Tanska koetaan lisäksi edustavan hieman enemmän trendikästä ruokakulttuuria.

Kiinnostus suomalaisia ruokaelämyksiä kohtaan on melko suurta. Todennäköisimmin matkaajat vierailisivat markkinoilla, maistaisivat paikallisia ruokia, söisivät luonnossa ja kokeilisivat paikallisia erikoisuuksia hotellin aamiaisella.



Suosituimmat kuvat liittyvät luonnossa/ulkoilmassa syömiseen. Rentoa markkina-kahvilatunnelmaa kuvaavat kuvat ovat seuraavaksi suosituimpia, ja yksittäiset annoskuvat vähiten houkuttelevia.



Elina Manninen / Visit Finland

48%



Aitomakuja.fi / Julia Kivela / Visit Finland

38%



Harri Tarvainen / Visit Finland

31%



Julia Kivela / Visit Finland

26%



Mikko Huhtari / Visit Finland

23%

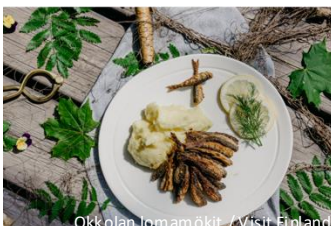


KotaCollective / Visit Finland

22%



21%



Okkolan lomamökit / Visit Finland

15%



Visit Finland

10%

Mikä vaikutti suosikkikuvien valintaan?

Vastaajat valitsivat suosikkikuvansa, koska ne esittivät herkullista ja houkuttelevaa ruokaa luonnonläheisessä ympäristössä. Saksalaisten vastauksissa korostuvat rauhallisuus, aitous, yksinkertaisuus ja samaistuttavuus omaan arkeen ja makumieltymyksiin. Kuvien tunnelma, esteettisyys, ja luonnon sekä ruoan yhdistelmä olivat keskeisiä valintaperusteita. Lisäksi yhteisöllisyys, iloisuus ja suomalainen maisema nousivat vastauksissa esiin.

Liitteet