

Design kuuluu kaikille

Kaarina Gould

Suomen arkkitehtuuri- ja designmuseosäätiö

JKMM Arkkitehdit
Päsuunnittelija Samuli Miettinen
Visualisointi: MIR

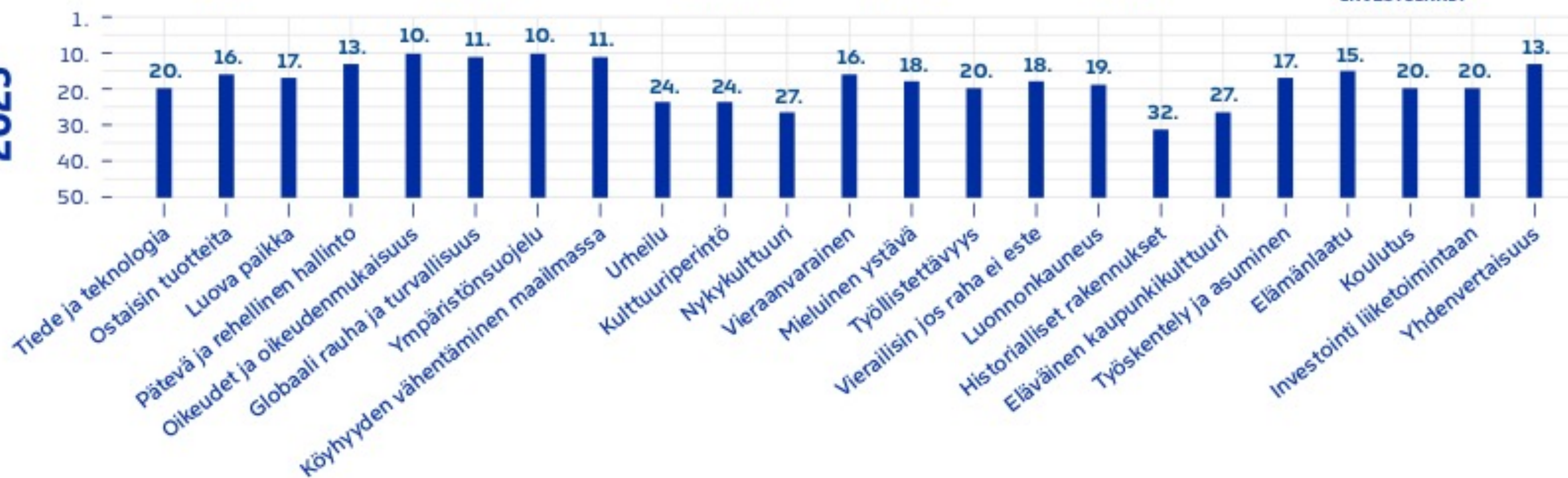
Suomen pisteet ovat nousseet mutta sijoitukset laskeneet

Suomen sijoitus Anholt Nation Brands Index -tutkimuksessa 2024 ja 2025

SIJOITUS
2024



SIJOITUS
2025

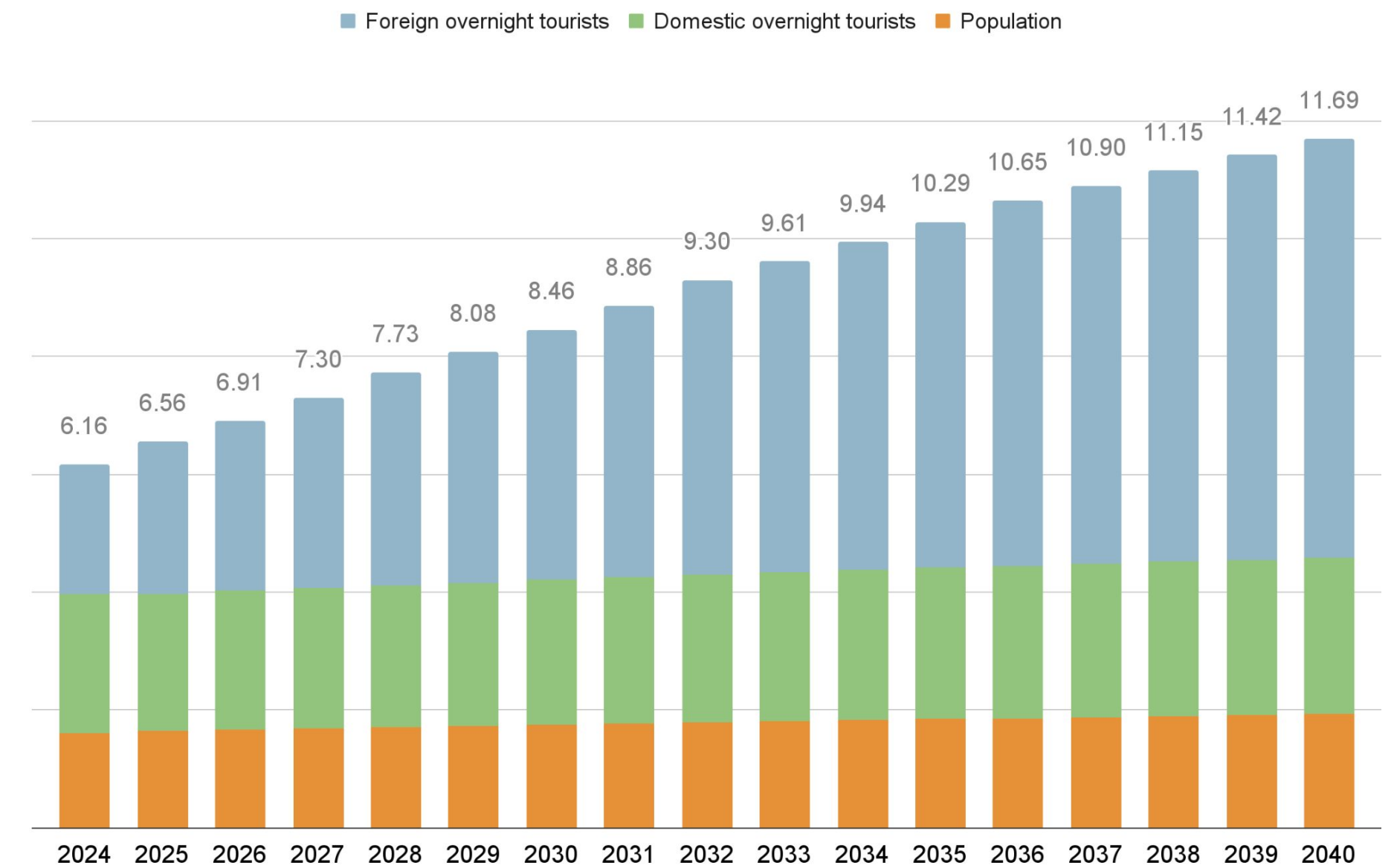


Helsinki's total addressable market (resident population + overnight tourists) is projected to grow from 6.2M (2024) to 11.7M (2040). This growth is driven almost entirely by foreign overnight tourists, which are expected to more than double over this period.

Finland's tourism market is currently growing faster than the rest of Europe. In 2024, foreign overnight stays increased by 12% in Finland compared to 3% across Europe. This growth is driven by the rise of 'coolcations,' with travellers choosing colder, less crowded northern destinations for summer, in addition to Finland's strong winter appeal and nature-focused experiences.

Sources:
 City of Helsinki, 'Väestöennuste 2024–2070'
 Ministry of Tourism and the Economy, 'Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun : Suomen matkailustrategia ja toimenpiteet 2025–2028'
 Helsinki Data Lokki
 Visit Finland, 'Bulletin 17.02.2026'

Market growth projections, M of people



Overnight tourists growth assumptions (see Appendix 1 for more details)

Growth Rates	2025–28	2029–32	2033–36	2037–40
Population growth	1.34%	1.16%	1.00%	0.56%
Foreign Overnight	11.8%	8.5%	5.5%	3.5%
Domestic Overnight	1.06	1.0%	0.8%	0.6%

Emerging tourist markets show strong growth potential for ADM. Each market demonstrates high cultural motivation, significant spending power, and alignment with Finnish design values and experiences.

China

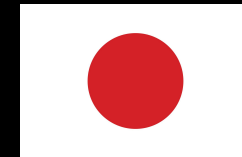


Retail can be a major attractor for the Chinese market. Implementing payment methods like Alipay and WeChat, alongside alignment with other touristic services, will serve this high-spending segment effectively.

Main motivations to visit Finland:

- Nature - 58%
- Culture - 55%
- City break - 49%
- Shopping - 44%

Japan



Food & Beverage and Finnish culinary experiences are main attractors for Japanese travelers. Retail focused on Finnish design heritage will capture this market's strong shopping motivation and high daily spending.

Main motivations to visit Finland:

- Shopping - 72%
- Nature - 40%
- Culture - 35%
- City break - 34%

Netherlands

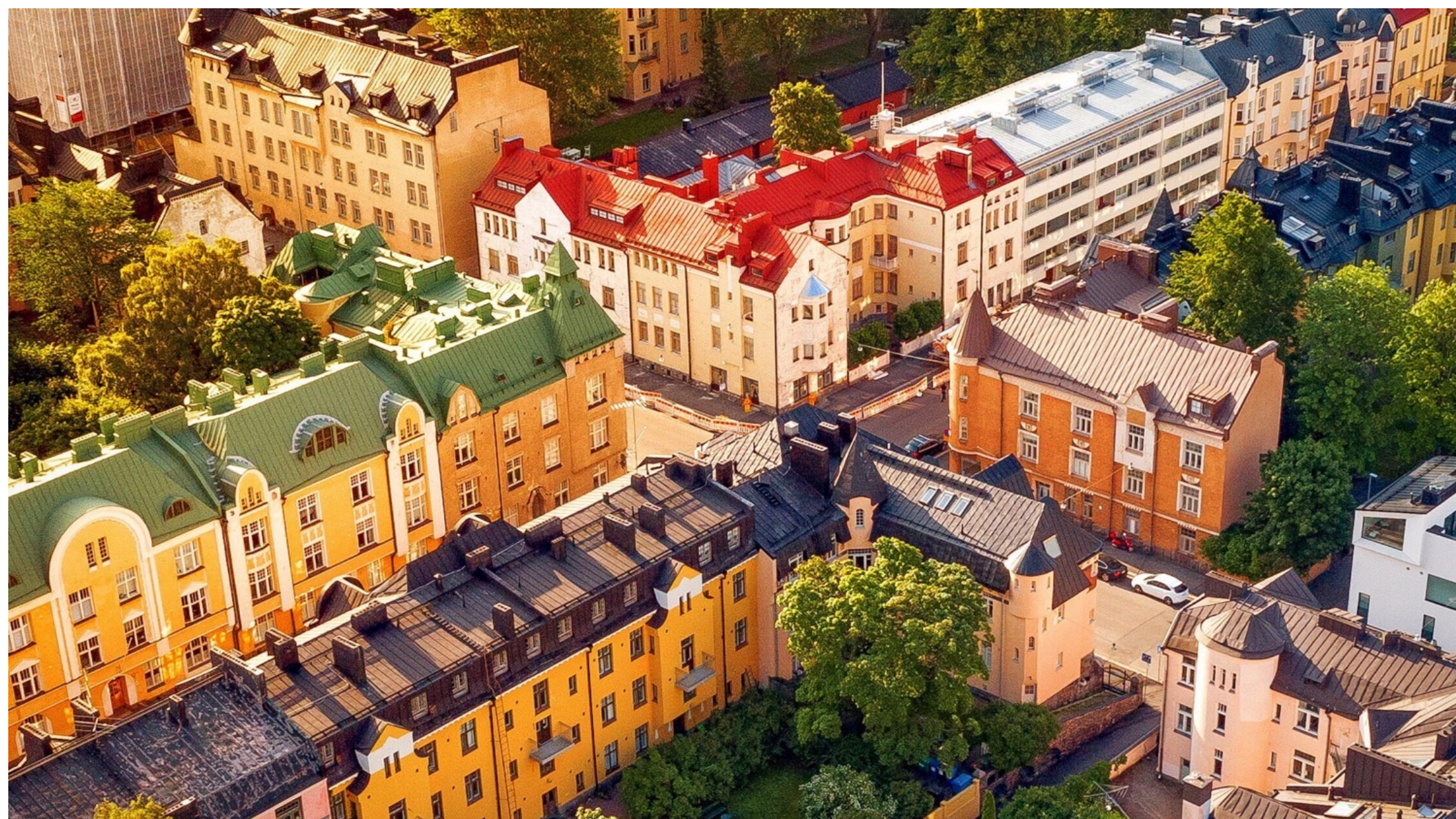


Dutch travelers seek authentic experiences that reveal everyday Finnish life. Exhibitions and programming showcasing how design shapes daily Finnish culture and wellbeing activities align with their motivations.

Main motivations to visit Finland:

- Nature - 53%
- City break - 33%
- Culture - 37%
- Wellbeing - 30%





NEW MUSEUM OF
ARCHITECTURE & DESIGN





NEW MUSEUM OF
ARCHITECTURE & DESIGN



NEW MUSEUM OF
ARCHITECTURE & DESIGN





mekk
arime
kom



Aalto Works

13 Aallon kohdetta Unescon maailmanperintölistalle. Kohteista 5 on Helsingissä:
Aalto-ateljee, Aalto House, Finlandia-talo, Kelan päätoimitalo, Kulttuuritalo







JKMM Arkkitehdit
Pääsuunnittelija Samuli Miettinen
Visualisointi: MIR





JKMM Arkkitehdit
Pääsuunnittelija Samuli Miettinen
Visualisointi: MIR

A-D



JKMM Arkkitehdit
Pääsuunnittelija Samuli Miettinen
Visualisointi: MIR



JKMM Arkkitehdit
Pääsuunnittelija Samuli Miettinen
Visualisointi: MIR



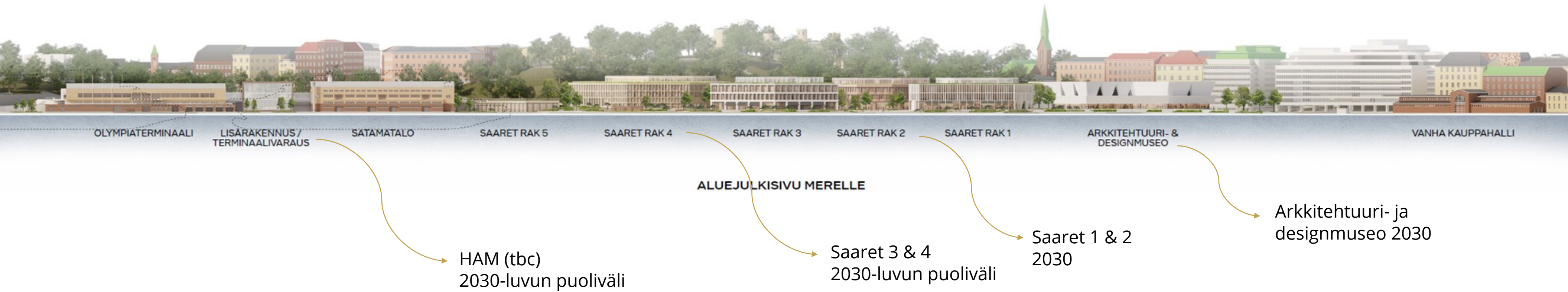
K2S Arkkitehdit
White Architects
NIAM

K2S Arkkitehdit
White Architects
NIAM



Helsingin uusi rantamaisema 2035

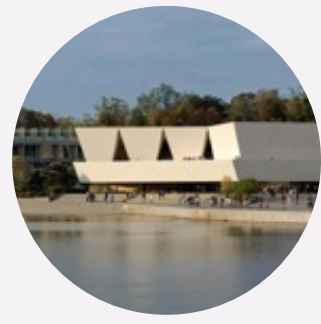
A-D





NEW MUSEUM OF
ARCHITECTURE & DESIGN

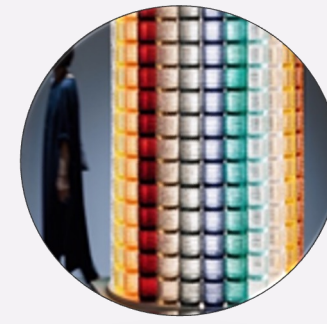
Uusi museo tulee todeksi etappi etapilta



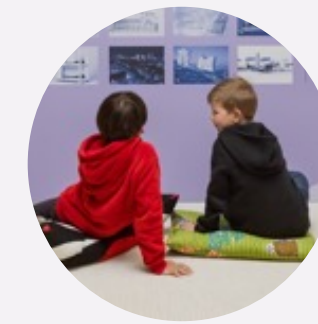
Suunnittelukilpailun
voittajan julkistus
09/2025



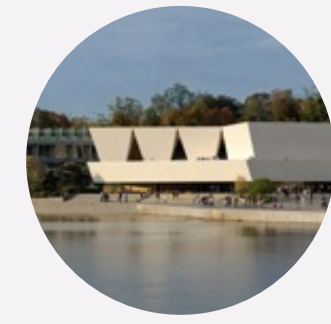
Pako Muumilaaksoon



Finnish Design
Highlights



Museon uusi nimi
ja brändi



Museon ovet
avautuvat!

2025

2026

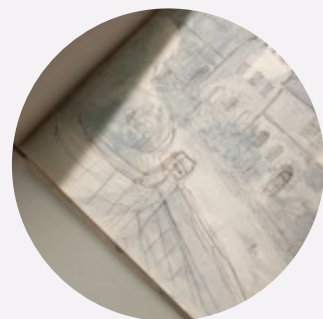
2027

2028

2029

2030 2031

Voittajaehdotuksen jatkokehitys +
lupa-asiat ja kaavoitus



Peruskiven
muuraus



Museon
rakentaminen



Muutto uuteen
rakennukseen



Muotoilu ja arkkitehtuuri ovat voima, joka muokkaa identiteettiämme, luo ratkaisuja ja *kasvua*. Ne syntyvät rohkeudesta rikkoa rajoja ja nähdä uudella tavalla. Ne palkitsevat luomalla jaettua ylpeyttä ja yhteistä iloa.²⁵

Maailma muuttuu nopeammin kuin koskaan. Siksi *muotoilua* tarvitaan enemmän kuin koskaan.

Muotoillaan yhdessä maailman inspiroivin *menestystarina.*