

Katja Lindroos / Urban Practice

katja@urbanpractice.fi

Kuvat © Urban Practice ellei toisin mainittu

Sadat saaret ja lahdelmat

Työpajan 15.11.2023 yhteenveto

urbanpractice

Taustoitus

Sadat saaret ja lahdelmat -työpaja järjestettiin Kustavin kaupungintalolla 15. 11.2023.

🔴 Työpajan osallistujiin lukeutui niin kuntien ja erityisesti matkailun kehittämisen toimijoita kuin yksittäisten yritysten vetäjiä.

Työpajan tulokset dokumentoitiin valokuvoin. Tähän yhteenvetoon fasilitaattori on koonnut keskeiset huomiot ja suositukset eteenpäin.

Työpajan menetelmä

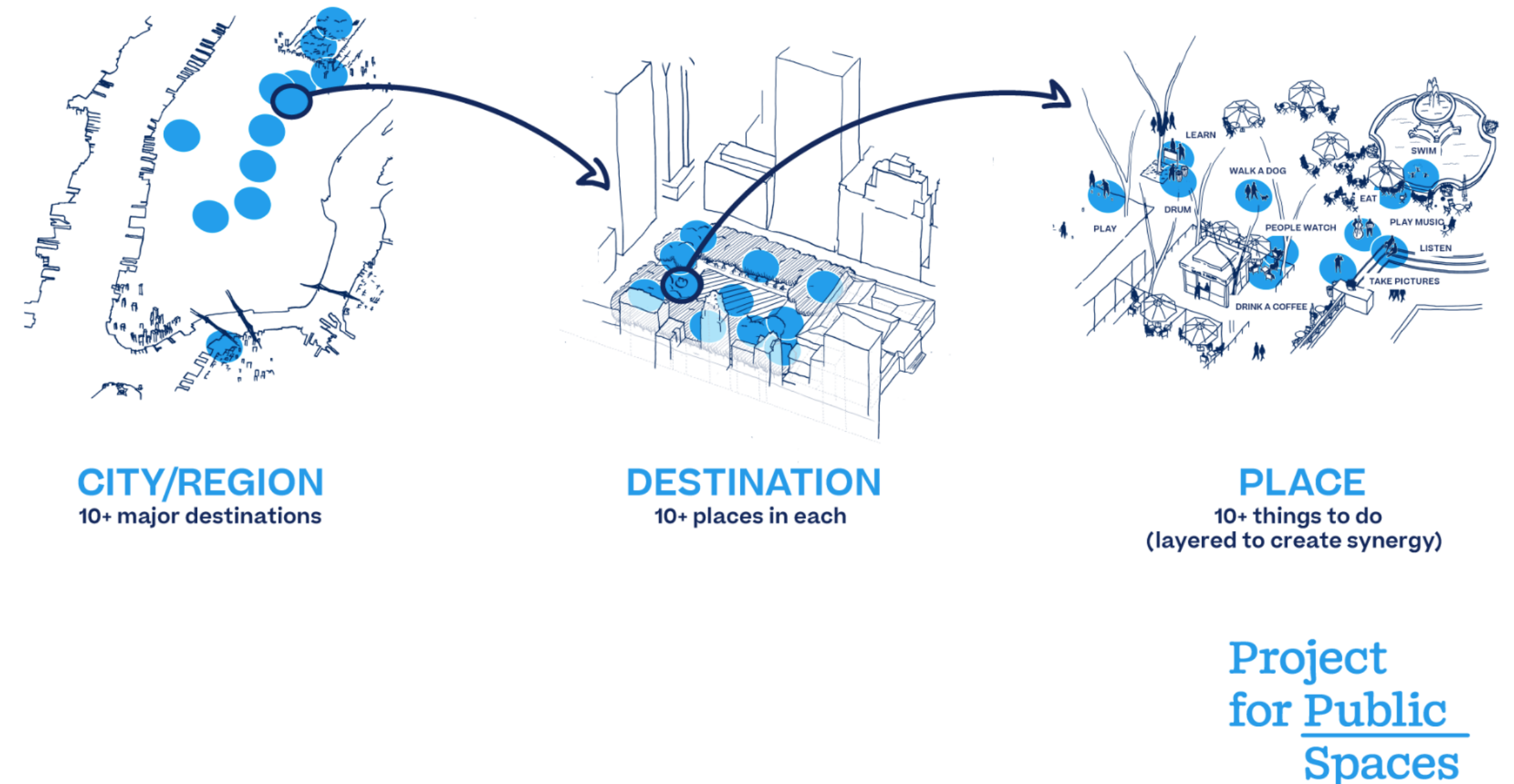
Työpajassa hyödynnettiin placemaking-metodiikkaan keskeisesti liittyvää Power of Ten -mallia. Metodi, joka oli kaikille osallistujille uusi, haastaa osallistujat tunnistamaan ensin kokonaiselta alueelta 10 keskeistä kehitysaluetta - maantieteellistä kokonaisuutta, reittiä tms. - kultakin alueelta 10 paikkaa ja kunkin paikan sisällä 10 syytä viettää aikaa paikassa.

Työpajassa keskeisenä kattokäsitteenä oli "paikka". Paikka viittaa englanninkieliseen "place"-käsitteeseen, joka eroaa "space"-sanana merkityksestä samalla tavalla kuin suomenkielinen "tila". Näin ollen julkinen tila - public space - ei välttämättä ole vielä paikka, vaan paikaksi sen tekee käyttäjien suhde tilaan.

Paikka sisältää merkityksellisyyttä, sillä on identiteetti eli vaikeasti sanallistettava "henki".

Power of 10+

How Cities Transform Through Placemaking



A visualization of the Power of 10+ concept, using the example of New York City and Bryant Park.

Placemaking-termistä

Paikan hengen puhaltamiseen tähtäävä "placemaking" tarkastelee sekä paikan ominaisuuksia, paikan kannalta keskeisiä toimijoita pyrkien vahvistamaan orgaanista kehitystä voimakkaan ylhäältä alas -suuntautuvan kehittämisen sijaan.

Placemaking on käsitteenä vielä sangen nuori, ja sitä käytetään eri tavoin, mikä on omiaan hämärtämään siihen sisältyviä tarkoitusperiä. Käsitteen lähtömaassa Yhdysvalloissa "alhaalta ylös" -lähtevä yhteisöllinen kehittäminen on placemakingin ytimessä, ei niinkään menetelmät tai "opit".

Placemakingin merkittävimpiin vaikuttajiin kuuluneen, mm. Project of Public Spaces -organisaation perustaneen Fred Kentin sanoin: *tarvitaan paikka luomaan yhteisö, ja yhteisö luomaan paikka.*



Menetelmän toimivuus

Metodi osoittautui sekä hedelmälliseksi että paikoin haastavaksi. Tässä muutamia huomioita:

(a) Hankaluuksia oli erityisesti 10 alueen tai reitin tunnistamisessa, sillä kokemusasiantuntijoille monet paikat eivät erotu selkeästi toisistaan. Tämä vaihe vaati työpajan järjestäjiltä eniten panosta, ja määrittelyä.

(b) Sen sijaan alueiden sisällä olevien paikkojen tunnistaminen oli osallistujille konkreettista ja siksi tuloksekkampaa. Osallistujat identifioivat alueilta laajan kirjon paikkoja ja tunnistivat sijainteja, joilla olisi potentiaalia tulla paikoiksi tuotteistamisen ja palvelullistamisen kautta.

(c) Toimintojen ideointi kussakin paikassa tuotti paljon avauksia. Niiden vieminen lähemmäksi käytäntöön vaatisi erillisen työpajan, jossa voitaisiin keskittyä erityisesti uusien mahdollisuuksien tunnistamiseen. Kyseisessä työpajassa tulisi olla syvää paikallis-osaamista, jotta toiminnot olisivat aidosti lokaaleja, ja toisaalta ymmärrystä kohdeyleisöistä ja niiden toiveista ja tarpeista.

(d) Pää tavoitteena prosessina on luoda kokonaiskuva eli kartta koko alueen potentiaalista. Tämän tavoitteen näkökulmasta menetelmä oli onnistunut, sillä jo yhden työpajan kautta kartalle saatiin kirjaimellisesti paikkoja ja potentiaalisia kohteita, minkä pohjalta yhteiskehittämistä on hyvä lähteä jatkamaan.

A visualization of the Power of 10+ concept, using the example of New York City and Bryant Park.

Ideat

*Reitit ja alueet on dokumentoitu
valokuvin, joten tähän yhteenvetoon
on koottu varsinaisten ideointi-
kierrosten tulokset.*

*Ideointikierrosten lopussa osallistujat
saivat "äänestää" mieleisiään
ehdotuksia tarroilla.*

Eniten suosiota saaneet ideat:

- **Kulttuuri-, perinne-, museo, kirkko-, historiareitit**, kulttuurimaisemat ja kylät
- **"Rakennetut" kohteet**, Kivimaa - kyläkeskukset + (matkailu)palvelut
- **Saaristomeren kansallispuisto, Isokari ja Katanpää**, luontomatkailun lisääminen
- Lintu- ja hyljebongaus, valokuvaus
- Opasteut grillaus- ja savustuskurssit - kalan ja lihan ympärille
- Kurssikeskus
- Venereitit teeman ympärille ("pirtu")
- **Putsaaren piilokirkko**: opastetut risteilyt, luontopolku, pyhiinvaellus, rippileirit, häiden pito / "massavihkimiset" matalalla kynnyksellä (esim. laivaan vihkiparit ja todistajat, ruokailu mutta ei tarvitse juhlia), retriitit, "massaristiäiset"
- **Nopperla**: antiikkimarkkinat, Natural High Healing Festival
- **Kasarmilahti**: lintulava, opastetut lintu- ja luontokierrokset, seikkailupuisto, historiasta/ sotilaistoiminnasta kertovat opasteet, lehmät laitumelle nähtävyys, lehmä- ja lammasselfiemahdollisuus (kehys)

- **Janhua turistikohteena:** maailman pohjoisin orkideatalo, kasvitieteellinen puutarha, lehtoluonto, lintuseuranta, luontoretket lehtoihin kukintarytmin mukaan, "juurimatkailu" esim. asevelvollisille
- **Vekara:** Turun yliopiston geologien matkat (kvartsipiiput), perinnemaiseman hoito, lampaat, vanhat tarinat (mm. Lauri Törni)
- **Hakkenpää:** vuokrapyörät veneilijöille – reitille keskustaan nähtävää ja syitä pysähtyä, risteilyt lähikohteisiin ravintolalta

- **Ströömi:** Sarvilinna matkailukohteena – puutarhan kehittäminen, melontareitit, nuotiopaikat, luonto- ja kulttuuripolku, kalastuselinkeinoon tutustuminen

Toistuvia teemoja:

- Lehdot ja laajemmin ainutlaatuinen, koskematon luonto
- Kalat/kalastus
- Juurimatkailu, "kivimatkailu" ym.
- Merenkulun ja kansainvälisyyden historia
- Pyöräreitit ja muu kestävä liikkuminen
- Kirkot ja arkkitehtuuri

10 suositusta eteenpäin

Fasilitaattorilta toivottiin toimeksiannossassa suosituksia jatkokehittämistä varten. Tässä kootusti **10 ehdotusta seuraavaan vaiheeseen:**

(1)

Tavoitteiden kirkastaminen entisestään, ts. mitä tavoitellaan ja mitä tullaan mittaamaan: erityishuomiona matkailun vaikutukset alueilla (= missä paikoissa tavoitellaan lisää matkailua, missä taas matkailun ja lomakausien "piikit" voivat aiheuttaa palveluille ja elinkeinotoiminnalle myös haasteita)

(2)

Brändipotentiaalin selvittäminen: alue ei voi olla "toinen Turun / Ahvenanmaan saaristo" vaan sillä on oltava **oma vahva profiilinsa**. Omaperäinen, hyvin markkinoitu uusi attraktio voisi luoda ankkurin, josta muutkin saavat tukea (inspiraationa Norjan kohteet)

(3)

Kipinä-paikkojen tunnistaminen (ed. liittyen): houkuttimien kehittäminen helminauhamaisesti, jotta yhteydet vahvistuisivat, eivätkä kiinnostavat paikat jäisi liian hajalleen

(4)

Reittien / etäisyyksien analysointi ihmisen näkökulmasta: tanskalaisen arkkitehti-kaupunkisuunnittelija Jan Gehlin mukaan kaupungissa on oltava viiden sekunnein välein jotain kiinnostavaa – mikä aikajänne/ mittakaava tulisi olla tällaisella alueella?

(5)

Luova johtajuus eli maantieteellisen lisäksi temaattista johtamista: juurimatkailu, luontokohteet, ruoka jne. – teemat edellyttävät kirkasta, erottuvaa markkinointia eli ei kaikkea kaikille!

(6)

Kauneusarvot sekä luonnossa että rakennetussa ympäristössä: alueelle tullaan elämysten perässä – siksi varsinkin uuteen rakentamiseen ja luontokohteiden kehittämisessä on satsattava myös esteettisyyteen

(7)

Kansainväliset kestävän matkailun verrokkit ja niistä oppiminen: ympäristön tilasta tietoiset ovat valmiita näkemään vaivaa mutta myös vaativat tietoa siitä, miten voi liikkua ekologisesti ja voi nauttia matkasta hyvällä omallatunnolla

Viimeiset kolme suositusta yhteiskehittämisen jatkoa varten:

(8)

Yksittäisten ideoiden ryhmittäminen ja vastuuttaminen: runsaasta ideamäärästä saa eniten irti klusteroimalla niitä alueellisesti ja temaattisesti sekä kutsumalla innokkaita "vastuutahoja"

(9)

Työpajaosallistujien laajentaminen: paikallisten toimijoiden lisäksi mahdollisuuksien kohdeyleisöjen edustajia mukaan

(10)

Mitä tehdään "top-down" ja mitä taas "bottom-up": työpajasta opittiin että osallistujien helpoin antaa ideoita, kun alueet on ensin piirretty kartalle – vaikka luonnostellen

>>> Jatkossa *Power of Ten* -metodia kannattaa hyödyntää erityisesti kun keskitytään paikallisten palvelujen ja kokemusten ideointiin

>>> **Fasilitoinnin tehtävänä on kannustaa omaperäisyyteen ja rohkeuteen sekä kuratoida innostavia kartta-ja palvelu kokonaisuuksia, joista jokainen alueen toimija voi olla ylpeä!**