

Hämeenlinnan kaupunki

Aulangon Master plan - 2035






Matkailu edellä

Työpaja 1 11.1.2023



Suunnittelun aikataulu

-  Tilaajayhteistyö
-  Ohjausryhmän kokoukset
-  Laajempi osallisturyhmä / työpaja

11-12/2022

Nykytilan kuvaus, vuorovaikutteinen suunnittelu alkaa

**Tilaaaja-konsultti
Aloitusneuvottelu 1/7 (Teams):
21.11.2022**

Konsultti tutustuu lähtötietomateriaaliin, tehtyihin selvityksiin ja koostaa raporttirungon

**Tilaaaja-konsulttipalaveri
2/7 (Teams): 9.12.2022**

Konsultti esittelee raporttirungon, sovitaan osallistyyöpajan sisällöstä tarkemmin

Ohjausryhmä, konsultin edustaja mukana, Aulangolla: 20.12.2022
Konsultin maastokäynti

01/2023

Vuorovaikutteinen suunnittelu laajennetaan

**Osallistyyöpaja 1/2 Aulangolla:
11.1.2023**

- tiedotetaan hankkeesta ja kartoitetaan yrittäjien/toimijoiden lähtökohtia Aulangolla

**Tilaaaja-konsultti –
palaverivaraus 3/7 (Teams,
ajankohta sovitaan myöhemmin)**

Käydään läpi edellisen vaiheen vuorovaikutustilaisuuksien tulokset ja sovitaan niiden vaikutuksista suunnitelmaan

Ohjausryhmä: 26.1.2023

**Tilaaaja-konsultti –
palaverivaraus 4/7 (Teams,
ajankohta sovitaan myöhemmin)**

02–04/2023

Alueen toiminnallisen tavoitetilan määrittely jatkuu

Ohjausryhmä: 21.2.2023

**Tilaaaja-konsultti –
palaverivaraus 5/7 (Teams,
ajankohta sovitaan myöhemmin)**

**Osallistyyöpaja 2/2 Aulangolla,
21.3.2023:**

- klo 14.30-16: toimijoille
- Klo 17.30-19.30: yleinen työpaja kaupunkilaisille

**Tilaaaja-konsultti –
palaverivaraus 6/7 (Teams,
ajankohta sovitaan myöhemmin)**

Käydään läpi edellisen vaiheen vuorovaikutustilaisuuksien tulokset ja sovitaan niiden vaikutuksista suunnitelmaan

Ohjausryhmä: 13.4.2023

05/2023

Suunnitelma valmistuu

Konsultti viimeistelee Aulangon Master planin ja toimittaa sen sovitussa formaatissa tilaajalle

**Tilaaaja-konsultti -
Lopetuskokous 7/7 (Teams,
ajankohta sovitaan myöhemmin)**

**Ohjausryhmä + toimijat
Lopetuskokous: 25.5.2023**



Master planin tehtäväkokonaisuudet

1. Matkailutrendit käytäntöön Aulangolla

2. **Vyöhykkeiden analysointi - vyöhykeajattelu**; kehittyvän maankäytön alueet vs. säilytettävät alueet

3. **Palveluiden kehittäminen, etenkin majoitustoiminnan monipuolinen kehittäminen Katajiston alueelle** -> kassavirran parantaminen. Tähän liittyy myös tapahtumien kehittäminen majoitus – pysäköinti – ohjaaminen ja vuorovaikutus

4. Toimintojen selkeyttäminen – ”meeting point”

Tärkeä saada alueelle lähtöpiste tai kaksi ”meeting pointia”, jotta vastataan kysymykseen, missä Aulanko on?

5. Alueen liikenteen / reittien / esteettömyyden kehittäminen - ennallistaminen

Sibeliuksen puistoon esteetön reitti / näkemätasanne? Kirjataan työhön erilaisten reittien tarpeita, reittejä ei kuitenkaan suunnitella. Määritellään kuljettavat alueet ja ei kuljettavat alueet (kulumisen pysäyttäminen/ ennallistaminen), kulkureittien ohjaamisen kautta (digitaalisuus tähän avuksi?)

6. **Tiedottaminen – mainostaminen - brändin näkyvyyden parantaminen (logon uusiminen tulossa Metsähallituksella) – digitaalisuus** -> kassavirran parantaminen ja rahoitusmahdollisuudet

7. Toimijoiden sitouttaminen – yhteistyön kautta



Työpaja 1, Scandic Aulanko, 11.1.2023

- Master planin 1. osallistytö-pajaan kokoonnuttiin talviselle Aulagolle hotelli Scandicin kokoustiloihin keskiviikkona 11.1.2023 klo 10-12.
- Osallistujia työpajassa oli 40 henkilöä; edustettuina paikalla oli laaja joukko alueen toimijoita sekä mm. matkailuelinkeinon edustajia ja opiskelijaryhmä.
- Työpajaan osallistui myös Hämeenlinnan kaupungin, Linnan Kehitys Oy:n sekä työn konsulttina toimivan Swecon edustajat.
- Työpajan aluksi esiteltiin yleisiä työtä koskevia asioita, aikataulutusta sekä työlle asetettujen tehtävien sisältöä.
- Suurin osa työpajan ajasta käytettiin pienryhmätyöskentelyssä (3 pienryhmää), joissa kerättiin ideoita, kommentteja ja käytiin keskustelua kahden pääkysymyksen avulla, joista koonti jäljempänä:
 - **Mitä meillä on?**
 - **Mitä meiltä puuttuu?**
- Työpajan lopuksi käytiin vielä yhteistä keskustelua sekä kommentointia/ ideointia Aulangon tulevaisuudesta. Kommentteja sai halutessaan jättää myös kirjallisesti.

?
Aulanko

?
Aulanko

1. Matkailutrendit ja kohderyhmät

- Yleisesti matkailutrendeinä painottuvat kriisien jälkeen uudelleen kasvava lento- ja ulkomaan matkailu, mutta sen rinnalla myös vahvasti noussut luonto- ja lähimatkailu.
- Kasvava ympäristötietoisuus vahvistaa kestävän matkailun, lähimatkailun ja kestävämmän liikkumisen merkitystä matkailussa.
- Aulangolla yhdistyvät matkailuympäristö ja paikallisille merkittävä virkistys- ja vapaa-ajanvieton ympäristö kansallisessa kaupunkipuistossa
- Aulangon erityisinä mahdollisuuksina ja vetovoimatekijöinä ovat hyvä saavutettavuus, matkailupalvelut, uniikki luonto ja rikas historia.
- Luontaisesti Aulangon kohderyhminä voidaan erottaa kulttuuri-, luonto-, liikunta- sekä hyvinvointi- ja hemmottelu-matkailijat. Tapahtumilla on suuri merkitys.

"Kahvio tms. palveluita Aulangon / Aulankojärven seutuville"

"Saada Aulangon näkötornin reippaasti pian valmiiksi"

"Jätskikioki Aulangolle"

"Lounaspaikkoja on Aulangon alueella vähäisesti."

"Guided tours around the town/ Aulanko in foreign languages"

"Aulanko kaipaisi "kasvojenkohotusta" nykyaikaan"

"Palveluiden vähäisyys kohteessa (Aulanko, Joutsenlampi)"

"Ei ole kuurikaan kahvioita yms. kävelyreittien varrella, varsinkaan Aulangolla. WC:itä myös tarvittaisiin."

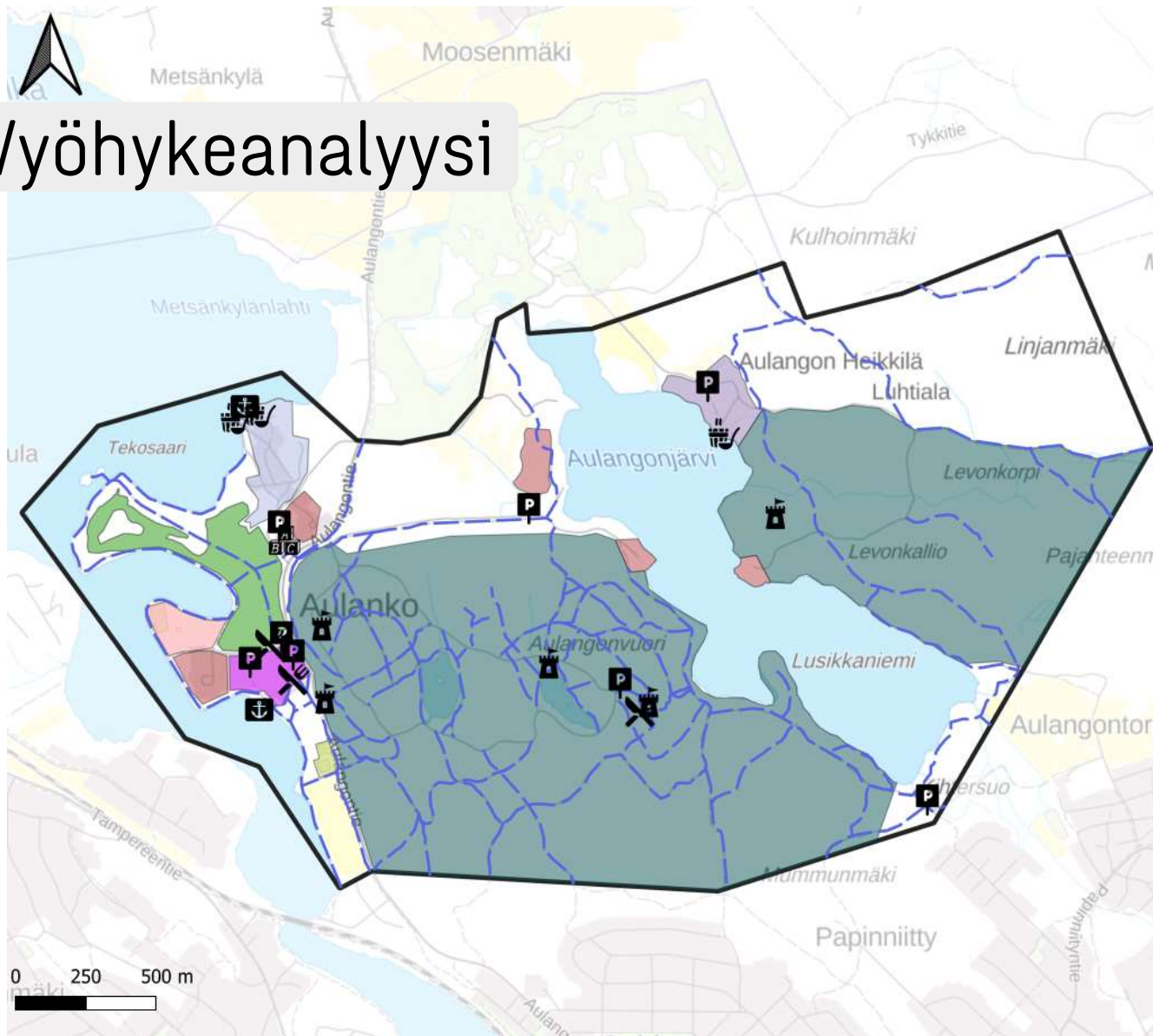
"Hämeenlinna on aivan erinomainen päiväretkikohde pääkaupungista katsottuna. Linna ja Aulangon metsä huippuja."

"Olimme tytärten kanssa yötä Aulangolla, kylpylähotellissa. Käytimme vain hotellin palveluita eli kävimme kylpylässä ja ravintolassa sekä drinkeillä. Olimme tosi tyytyväisiä kaikkeen."

"Uimaranta uimahallin takana. Ruokailu rantapaviljongissa. Keskiäikafestivaali. Aulanko ja kahvilan munkit!"

"Aulangon kylpylään ja sen miljööseen, bussiyhteys kaupunkiin,"

2. Vyöhykeanalyysi



Lähtötiedot

Projekti

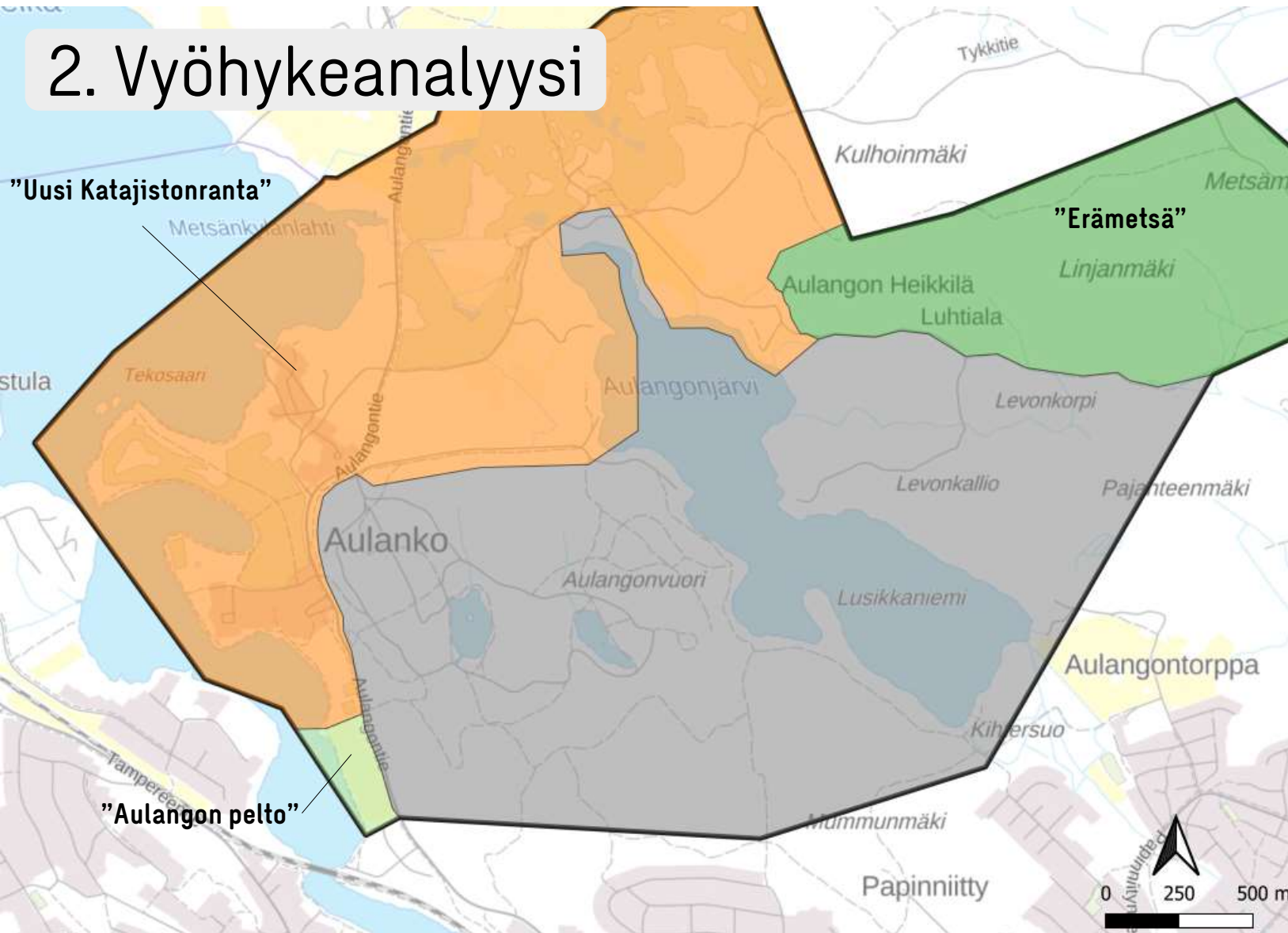
Kohokohtat

- Aulangon Graffitilinna
- Aulangon näkötorni
- Sibeliuksen metsä
- Onnentempeli
- Ruusulaakson paviljonki
- Parkkipaikka
- Päiväkoti
- Sauna
- Kahvila / Ravintola
- Laituri
- Virkistysreitit
- Tenniskentät
- Aulangon Rauha lomakylä
- Katajistonrannan matkailu- ja virkistyspalvelut
- Loma-asuntoalue
- Golfkenttä
- Ratsastuskoulu
- Hotelli Scandic
- Luonnonsuojelualue
- Suunnittelualue

Taustakartat

Maanmittauslaitoksen taustakarttasarja

2. Vyöhykeanalyysi



Aulangon vyöhykkejaot
21.12.2022

Vyöhykkeet

- Säilyvän maankäytön alue
- Kehittyvän maankäytön alue
- Erämetsä
- Kehittyvä matkailualue
- Peltoalue - osa rantaraittia

Taustakartat

Maanmittauslaitoksen taustakarttasarja

Mitä meillä on? Ryhmä 1

- Aitous, tunnettuus, ainutlaatuinen luonto ja lähivirkistyskohde
- Ympärivuotinen luonto ja kulttuuri, luontovyöhykkeen vieressä palveluvyöhyke
- Pitkä historia = paljon tarinoita, monipuolisuus ja läheisyys, onko historia muidenkin tiedossa?
- Hyvä saavutettavuus
- Halu kehittyä, tahtotila
- Kulttuurihistoria (myös olympiateema)
- Infra (majoitus, ravintolat, kahvilat)
- Laatus (paikoin on, paikoin puuttuu)
- Kaikki herkut olemassa
- Monipuolinen kattaus erilaisia toimijoita
- Aulangolla nimenä on vielä jonkinlainen "pohjabrändi", mutta jotta emme eläisi paikallisina yrittäjinä mahdollisessa omatekemässämme illuusiassa, tämä käsitykseni tulisi veriofioida esim. kyselytutkimuksilla ainakin pk-seudulla ja TMP-seudulla
- Potentiaalinen matkailullinen sijainti/liikepaikka, jonkin verran valmista matkailuinfraa

?
Aulanko

?
Aulanko

Mitä meillä on? Ryhmä 2

- Kiinnostava ja idyllinen miljö, tunnettu, vankka historia ja Aulanko-sanalla on brändileimaa jo olemassa (jopa kulttimaineesta puhutaan), Sibeliuksen historiassa on potentiaalia, vesireiteissä on historiaa
- ohjelma- ja elämyspalveluja, hyvinvointipalveluja maastopyöräreittejä, välinevuokrapalvelut (mm. maastopyöräily) opaspalvelut (myös kalastus), golfkentän ja tornin kahvilapalvelut, risteilypalveluja vesireitillä, aktiivinen ja kiinnostunut asukasyhdistys, ruotsinkielistä väestöä (markkinoinnissa huomioitava ruotsinkieli), luontoympäristö, tornilla käy paljon ihmisiä, Aulangossa tapahtuu heti, kun sometetaan
- Ympärivuotisuutta tukee reitistö, jossa on talvikunnossapitoa, erityisesti luistelu metsälammilla (Joutsenlampi)
- Hyvä vuorovaikutus, tietoa ja kokemusta alueesta, kehittämisestä innostuneita sidosryhmiä

?
Aulanko

?
Aulanko

Mitä meillä on? Ryhmä 3

- Visit Hämeenlinna –sivut toimii erittäin hyvin
- Selkä, tunnettu ja rajautunut alue
- Toiminnot monipuolisia, mutta samanhenkisiä, hyvä asia!
- Aulanko Outdoors – loistava palvelu ja kaikki alueella olemassa olevat hienot monipuoliset yritykset
- Avoin ja välitön keskustelu, yhdessä tekeminen
- Suurempia massatapahtumia järjestetty
- Maisema, luontoasiat

?
Aulanko

?
Aulanko

Mitä meillä on -> yhteenveto

Hyvä saavutettavuus

Aitous

Visit Hämeenlinna –sivut toimii

Paljon jo valmiina

Ympäri vuotinen luonto

Historia (myös
olympiateema)

?
Aulanko

?
Aulanko

Mitä meiltä puuttuu? Ryhmä 1

- Toimijoiden välinen yhteistyö, keneen ottaa yhteyttä?
- Yhteinen visio, kiteytys ja strategia, yhteinen Aulanko-brändi ja status, yhteinen näkemys, todellinen yhteistyö ja vaikuttamisen mahdollisuudet
- Reittituotteistus ja tuoteperheet, lähtöportti ja informaatio
- Käytännön ohjaaminen (opastus, kuluminen)
- Ainutlaatuisuus puuttuu, historian tuominen nykyaikaan
- Hankkeet ja suunnitelmat jää kesken, pitäisi olla pysyviä juttuja ja euromääräisiä (rahoitus), investoinnit
- Info- ja myyntikanava netissä
- Tapahtumat
- Talviaktiviteetit, niiden kehittämistä
- Puiston ennallistaminen ja viherympäristön hoitaminen
- Huvilamajoituskohde, Glamping-matkailu
- Koordinaatio (viestintään ja koordinaatioon)
- Maine on vanhentunut, paikallisylpeys puuttuu (vähättelevä)
- Markkinointi, ulkolaiset matkailijat
- Vahva ja nopeasti ymmärrettävä tarina ja sisältö puuttuu (opasteista ym.)
- Yhtenäistäminen

?
Aulanko

?
Aulanko

Mitä meiltä puuttuu? Ryhmä 2

- **Esteettömydessä haasteita**
- **Aulangon brändiä voi vielä terävöittää ja tarjota vielä enemmän tietoa digitaaliseen muotoon saataville**, puulajeista ja biotoopeista ei löydy helposti tietoa netistä, hienoja piirteitä on piilotettu, **opasteet ja tekstikyltit**, lajitunnistus talvella, **tarinallisuus ja viestintä printtiin ja digiin**
- Maastopyöräreiteissä ollut liian haastavia, jopa vaarallisia reittejä (mallia Tampereen seudun reiteistä pitäisi ottaa; Vanajan reitti)
- **Enemmän laitureita pitäisi olla Vanajalla (esim. tekosaaret), pumppuhuoneen hyötykäyttö, järjestelmällisesti pitäisi käydä puitteet ja rakennukset läpi, jotta löydetään hyödynnettävät kohteet**
- **Tornikahvilassa ei ole kunnallistekniikka**, joten se on kesäkahvila eli infra ei mahdollista talvikäyttöä
- **Ei karttoja tai kunnolla opastavia viittoja, jotta ulkoilla voisi huoletta rentoutuen**; matkailua tulee helpottaa keskeisille ryhmille – nettisivujen kehittäminen liittyy tähän
- **Ulkoilumaja on talvilämmin ja sinne pääsee bussille; tämä on vajaakäytössä – saatava enemmän käyttöä yrittäjävetoisuudella**
- **Ulkoilumajan digitaulun tiedot myös verkkoon!**
- **Räväkkyyttä ja tunnettavuutta lisää!**
- Riittävän tunnettua "ankkurituotetta", sellaista, joka rikkoisi valtakunnallisen uutiskynnyksen
- Riittävästi rahaa markkinointiin ja ulkopuolisia investoreita / riskirahaa

?
Aulanko

?
Aulanko

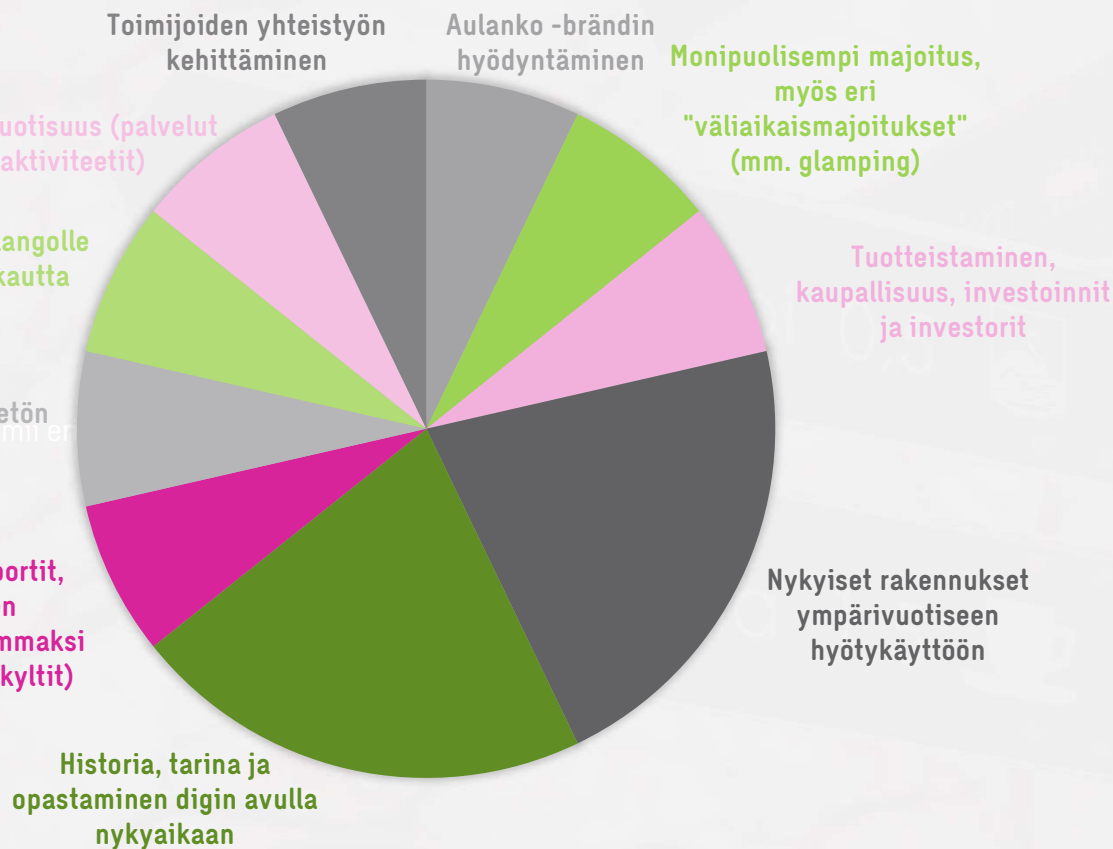
Mitä meiltä puuttuu? Ryhmä 3

- Luontoliikuntakeskukselle kota yöpymiseen, matalan kynnyksen luontomajoitusta lisää ja eri muotoista "väliaikaismajoitusta"
- Luonnon säilyminen koskemattomana tärkeää kulttuuriympäristö- ja maisema-arvot huomioon ottaen
- Yrittäjiä, joilla olisi kykyä, intressejä ja uskallusta investoida
- Kaupunkiorganisaatiota, joka ymmärtäisi, tukisi ja auttaisi matkailuyrittäjien tavoitteita joka "solullaan" (esim. LK ei riitä, jos esim. rakennusvalvontaa ei johdeta matkailun tavoitteilla)
- Riittävästi vaihtoehtoisia majoitustoimia tarvitaan (vastuullista matkailua), jotain mitä ajassa on liikkeellä, tyhjän majoituskapasiteetin käyttöönotto
- Jotain miksi tulla Aulangolle
- Hotellin kautta linkki kv-matkailijoiden paremmin hyödynnettävissä
- Luontoliikuntakeskukselle muutama karavaanipaikka, matkaparkki –toiminnalla esimerkiksi alkuun, voisi olla myös kunnan imagollinen brändi
- Ympärivuotiset ravintola- ja kahvilapalvelut, ehkä opiskeluvoimin kahvilapalvelua
- Hugon historia herätettävä henkiin, geokätköihin voisi lisätä historiaa, päiväretkisovellukseen QR-koodi
- Uudet musiikkitapahtumat luontokytöksellä – tulossa!
- Parempi fyysinen info majoittujille näkyville alueen kaikista palveluista
- Esteetön, ympärivuotinen, näkymä Näkötornille

?
Aulanko

?
Aulanko

Mitä meiltä puuttuu -> yhteenveto



?
Aulanko

?
Aulanko

Yhteiskeskustelu tilaisuuden lopuksi

?
Aulanko

?
Aulanko

- Tapahtumia paljon, digiosaajia on saatavilla, joten käytetään heitä; Esa Saarinen on valinnut Aulangon (miksi), näkyvyyttä siihen, kuinka käyttäjäryhmät sijoittuvat alueelle ympärivuotiseksi
- Maine on kova
- Yhteinen luontokeskus, jossa paikallisia tuotteita ja elintarvikkeita (matkamuistot), historiaan voisi mennä vielä kauemmaksi (mm. uhripaikat, uuspakanallisuus, juuret, "metsänpeitto", taidetta), leirikeskus olisi kiva – mahdollistaisi ympärivuotisen yhteistoiminnan (majoitus- ja kokoontumispuitteet), Metsähallituksella Seitsemien ainut luontokeskus Sisä-Suomessa (kysyntä ja yrittäjäyys ratkaisevat); luontokeskusta ei voida luvata, mutta infopiste olisi mahdollinen, sillä luontokeskus ei varsinaisesti tuota mitään (yhteisvastuullinen rahoitus tarvitaan erikseen tai ansaintalogiikkaa yrittäjälle)
- Ulkoilumaja voisi olla lähtöpiste, kahvila ei elätä eli ei tuota riittävästi, mutta tilanvuokraus voisi olla, opiskelijoille myös mahdollisuus opettaa pyörittämään liiketoimintaa,