

Erä- ja luonto- kulttuurimuseo

Hankkeen ja vision esittely

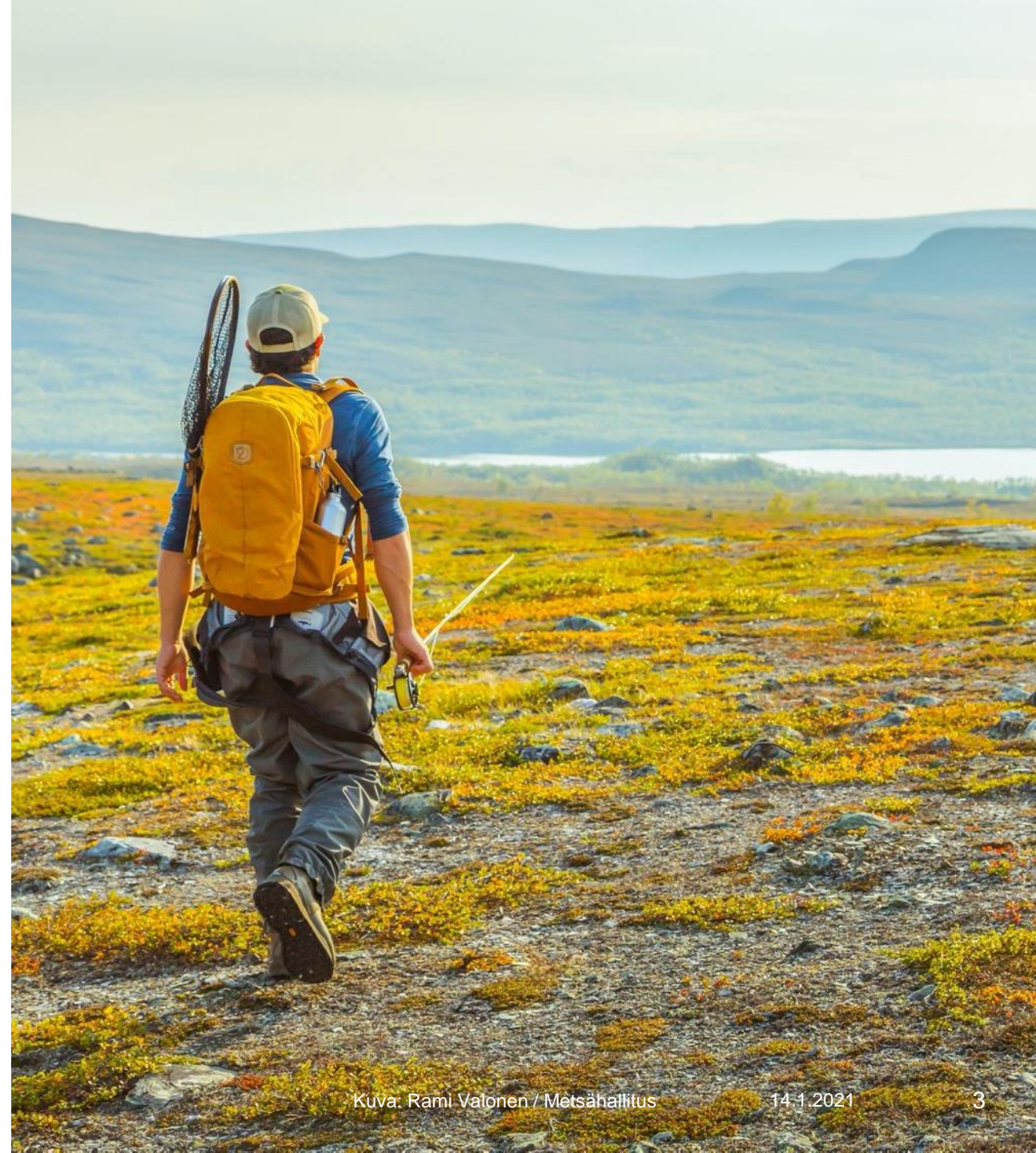
Timo Kukko

Erä- ja luontokulttuurimuseon valmistelu

Suomen Metsästysmuseo ja Suomen Kalastusmuseoyhdistys on maa- ja metsätalousministeriön, opetus- ja kulttuuriministeriön sekä museoviraston tukemana käynnistänyt vuoden 2020 alussa hankkeen valtakunnallisen, luonnon virkistyskäyttömuotoja yhdistävän uuden museon aikaansaamiseksi. Museon visio on luotu yhteiskehittäen ja konsepti on suunniteltu yhteistyössä strategisen muotoilutoimisto Pentagon Designin ja Pink Eminencen kanssa.

Erämaasta maailman onnellisimmaksi maaksi

- Suomalaisten hyvinvointi on aina perustunut eräkulttuuriin:
ruoka → toimeentulo → elämänlaatu
- Tavoitteena luoda kansainvälisesti vetovoimainen, kunnianhimoinen ja yhteiskunnallisesti vaikuttava Suomen luonto- ja eräkultuurin kokemisen ja esittelyn paikka
- Museo käsittelee laajasti suomalaisten kulttuuriekologista suhdetta luontoon ja luonnon käyttöön metsästyksen, kalastuksen, retkeilyn, marjastuksen, luontokuvauksen ja muun luonnon virkistyskäytön näkökulmasta



Erä- ja luontokulttuurin museon sisältö



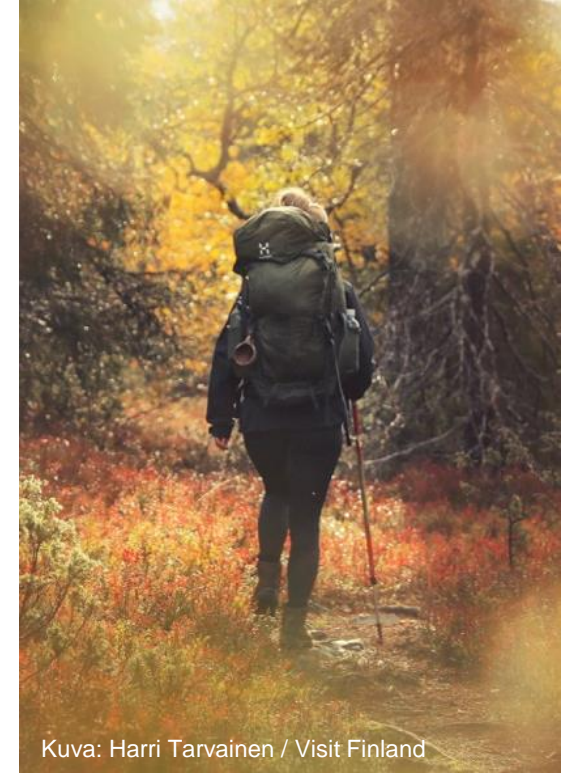
Metsästys



Kalastus



**Luonnontuotteiden
keräily**



**Retkeily, luontokuvaus
ja luontoharrasteet**

Hankkeen taustaa; Metsästys

- 1930 Suomen Metsästäjäliitto käynnisti kokoelmien keräämisen
- 1972 metsästysmuseo Porvoon luonnontieteellisen museon yhteyteen
- 1980 Suomen Metsästysmuseoyhdistys ry perusteettiin
- 1990 Suomen Metsästysmuseo avattiin Riihimäellä
- 2019 sopimus kalastus- ja metsästysmuseoyhdistysten toimintojen yhdistämisestä



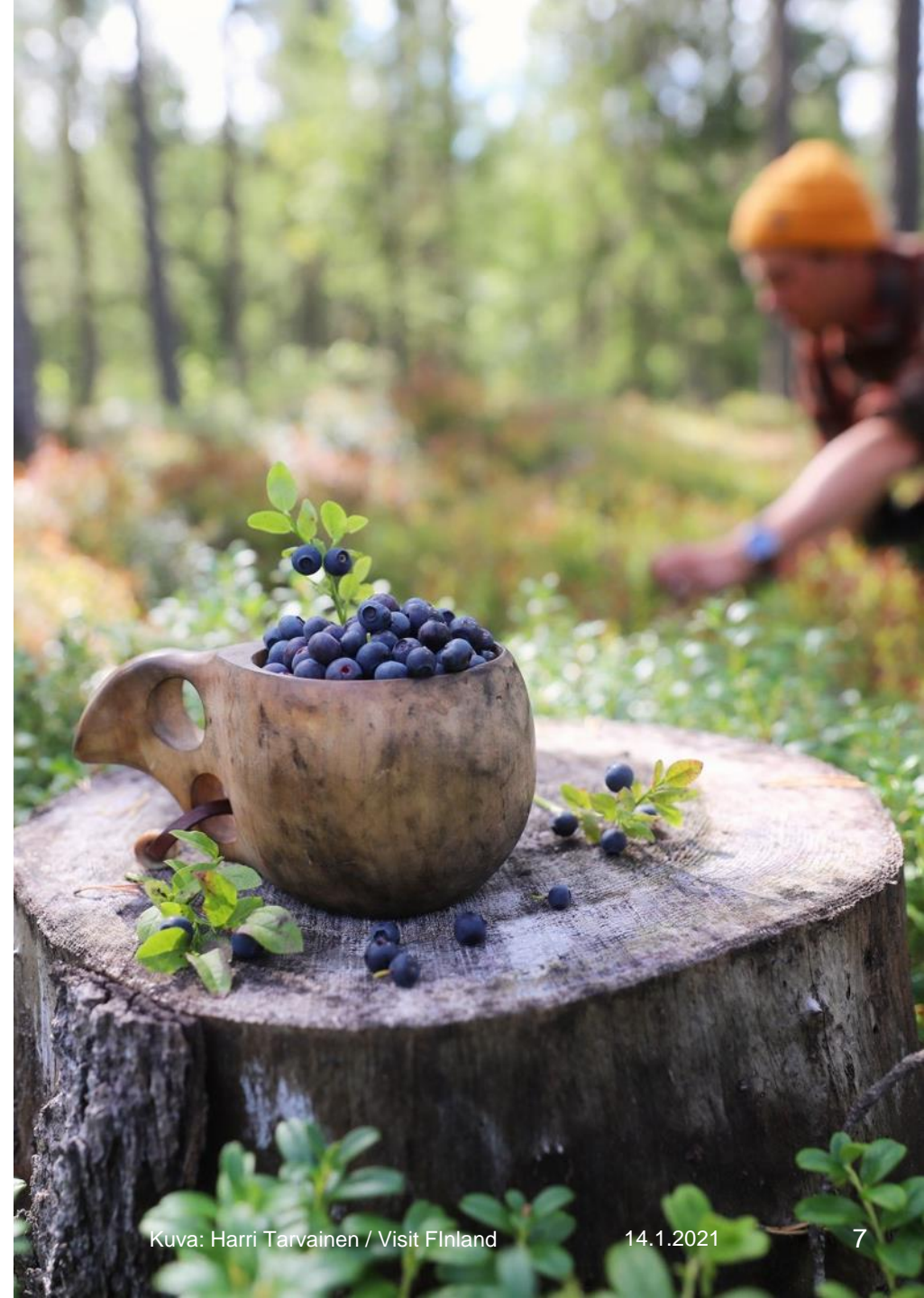
Hankkeen taustaa; Kalastus

- Kalastusmuseo Helsingissä kalataloushallinnon pitämänä 1880 – 1920
- 1978 Suomen Kalastusmuseoyhdistys ry.
- 1993 aiesopimus yhdistymisestä Metsästysmuseon kanssa
- Vapaa-ajan kalastajia Suomessa 1,5 miljoonaa, 1/3 kansasta
- Kalastus merkitty ainoaksi ”Ihminen ja luonto” –aihealueen mustaksi aukoksi museoiden tallennusvastuujaossa
- Tarve kalastusmuseolle noussut esille valtakunnallisissa vastuumuseoselvityksissä



Hankkeen taustaa; Luonnontuotteiden keräily

- Marjastus- ja sienestys keskeinen jokamiehenoikeutemme
- 70 % suomalaisista harrastaa, suosio kasvussa
- Aineettoman kulttuuriperinnön kansallisella aielistalla
- Vastuumuseo puuttuu



Hankkeen taustaa; Retkeily, luontokuvaus, luontoharrasteet

- Lähes jokainen suomalainen ulkoilee
- Lähes puolet suomalaisista tekee vuosittain luontomatkan
- Kansallispuistoissa 3,5 milj käyntiä, rahankäyttö 220 milj €
- Retkeilyn vastuumuseo puuttuu, kokoelmia useissa museoissa
- Retkeilyn museotarve ollut esillä kymmeniä vuosia



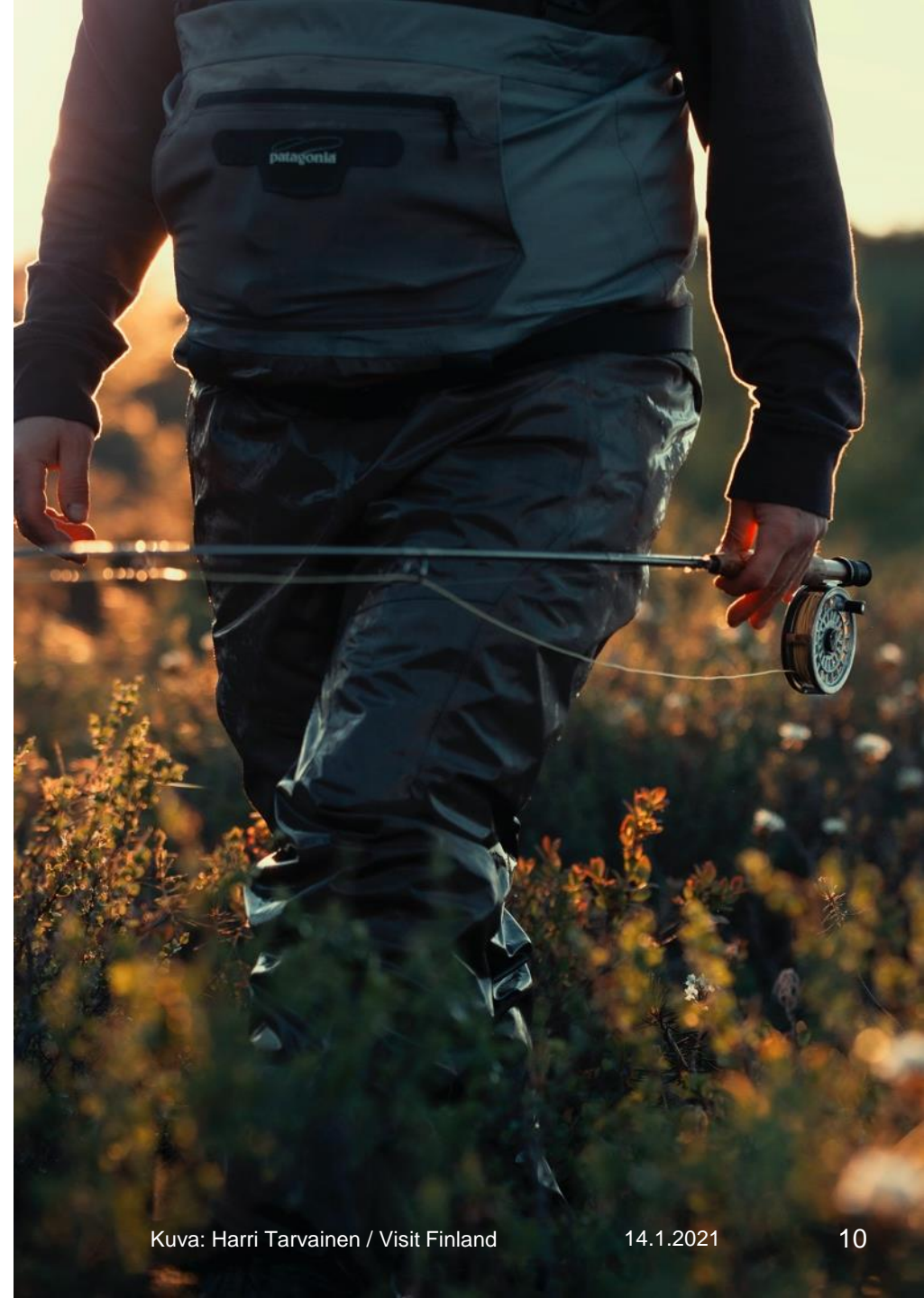
Tavoitteena aktiivinen kohtauspaikka top 10 joukossa

- Ajankohtainen ja valmis konsepti
- 100 000 kävijää, 5 milj €/v aluetalousvaikutus
- 6.000 m² tapahtumien, koulutuksen ja opastuksen toiminnallinen keskus
- Kansainvälisesti tunnettu ja palkittu
- Eräklusterin ja luontoharrastusten katalyytti
- Kansainväliset asiakkaat vientitulojen lähteenä



Erä- ja luontokulttuurimuseo lyhyesti

- Kansainvälisesti vetovoimainen, kunnianhimoinen ja yhteiskunnallisesti vaikuttava **Suomen erä- ja luontokulttuurin kokemisen ja esittelyn keskus.**
- Museo tutkii, tallentaa ja esittelee laajasti **suomalaisten suhdetta luontoon ja luonnon käyttöön** metsästyksen, kalastuksen, retkeilyn, marjastuksen, luontokuvauksen ja muun luonnon virkistyskäytön näkökulmasta.
- **Merkityksellisiä sisältöjä, jotka muuttavat ihmisten elämää** vahvistamalla heidän luontosuhdettaan ja lisäämällä hyvinvointia.
- **Tärkeä rooli Suomen ja sijaintialueen imagon luomisessa**, sekä aluetalouden vaikuttajana.



Erä- ja luontokulttuurimuseon tarkoitus

Kasvatamme merkityksellisiä,
yli sukupolvien kestäviä
luontosuhteita.



Miten lunastamme lupauksemme?

Teemme erä- ja luontokokemukset helposti saavutettaviksi kaikille sekä luomme innostavia sisältöjä, jotka inspiroivat ihmisiä kokemaan luonnon omatoimisesti.

Erä- ja luontokulttuurimuseon visio

**Erä- ja luontokulttuurimuseo on kaikille saavutettava,
kokonaisvaltainen elämys suomalaiseseen erä- ja luontokulttuuriin.**



Erä- ja luontokulttuurimuseon yhteiskunnallinen tehtävä ja vaikuttavuus

- Erä- ja luontokulttuurimuseon tehtävänä **on tallentaa ja jakaa** suomalaisten kulttuuriekologista luontosuhdetta.
- Luontoharrastajien ja monialaisten tutkijoiden **yhteisö** ja **yhteinen oppimisen ja toiminnan alusta**, joka innostaa jokaista oppimaan matalalla kynnyksellä erä- ja luontotaitoja.
- Erä- ja luontokulttuurimuseo aloittaa rohkeasti **yhteiskunnallisia keskusteluja** ja lisää ymmärrystä tieteen äänellä.



Erä- ja luontokulttuurimuseon tehtävät ja toimijaroolit

Tallentaja

Toimimme suomalaisten **kulttuuriekologisen luontosuhteen tallentajana**. Edistämme uutta erä- ja luontokulttuuria herättämällä luontokulttuuriperintömme eloon merkityksellisen toiminnan ja tulkintojen kautta.

Oivalluttaja

Olemme kaikille saavutettava kestävän luontosuhteen oppimisympäristö. **Lisäämme ymmärrystä** ihmisen ja luonnon suhteesta ja **kutsumme ihmisiä oivaltamaan innostavalla tavalla** sekä vertaisoppimaan toisiltaan.

Vaikuttaja

Lisäämme vastuulliseen erä- ja luontosuhteeseen liittyvää **yhteiskunnallista keskustelua** ja toimimme luontoharrastajien ja asiantuntijoiden **monialaisen kehitysyhteistyön alustana**.

Innostaja

Vahvistamme ihmisten – ja samalla yhteiskunnan – luontosuhdetta ja edistämme hyvinvointia tekemällä merkitykselliset erä- ja luontokokemukset **kaikille helposti saavutettavaksi**. Inspiroimme ihmisiä **kokemaan luonnon omatoimisesti**.

Hankkeen arvot

- **Vaikuttavuus**
- **Merkityksellisyys**
- **Kestävyys**
- **Jaettu asiantuntijuus**
- **Dynaamisuus**
- **Tasa-arvo**



Tavoiteltu vierailukokemus

Tavoiteltu vierailukokemus



Kuva: Banter snaps / Unsplash

Vaikuttava, teemaa henkivä arkkitehtuuri ja ympäristö



Kuva: Aku Pöllänen / Visit Finland

Saavutettavat ja pysäyttävät luontokokemukset niin museon sisä- kuin ulkopuolella



Kuva: Tiina Laitinen / Metsähallitus

Yllättävät sisällöt ja yhteistyöt, jotka yhdistävät mm. luontoa, kulttuuria ja tiedettä



Kuva: Marijaana Tasala / Visit Finland

Koko perheen ja eri tasoisten oppijoiden huomioiminen vierailukokemuksessa



Kuva: Natura Viva / Visit Finland

Laadukkaat ruokakokemukset ja tukitoiminnot keskeisenä osana museoelämystä



Toiminnalliset sisällöt jotka mahdollistavat oppimisen ja itse tekemisen



Kuva: Kanta-Hämeen Kuvapankki

Inspiroivat ja monikanavaiset digitaaliset sisällöt saavutettavissa mistä vain



Kuva: Jussi Hellsten / Visit Finland

Yhdessä tekeminen, kokemusten jakaminen ja sosiaalisuus keskiössä

Tavoiteltu vierailukokemus



Tavoiteltu vierailukokemus

N



LEIRI / CAMP



Erä- ja luontokulttuurimuseon alustavat toiminnot

Näyttelyt

korkeatasoisilla, toiminnallisilla, moniaistisilla ja yllättävillä sisällöillä

Tutkimus ja julkaisut

syväluotaava, tarkka ja ajantasainen tutkimus ja akateeminen osaaminen

Asiantuntijapalvelut

ammattimainen asiantuntijapalvelu ulkopuolisille tutkijoille ja toimijoille

Kaikille avoimet opetussisällöt

mahdollistavat luontotaitojen ja -tietojen oppimisen niin museossa kuin sen ulkopuolella

Opastustoiminta porttina luontoon

tekee kumppanien tarjoamat luontopalvelut saavutettavaksi

Laadukas ravintola ja kahvila

tukemassa museokokemusta ja sen teemoja elämyksellisesti

Monipuoliset tapahtumat

syventävät teemoja, mahdollistavat kohtaamisia ja saavat kävijän palaamaan

Osallistava kokoelmatyö

uusia, osallistavia ja digitaalisuutta hyödyntäviä tapoja sisältöjen tuottamiseen

Virtuaaliset sisällöt

tekevät museokokemuksen saavutettavaksi erityisesti kansainvälisille vierailijoille

Lapsille suunnatut sisällöt

Erilaista aktivoivaa toimintaa koko perheelle, tukien lapsien omatoimista oivaltamista

Korkeatasoiset tilanvuokrauspalvelut

Laadukkaat puitteet niin yritystapahtumien kuin perhejuhlienkin järjestämiseen

Erityinen museomyymälä

tarjoaa teemaan liittyviä tuotteita ja palveluita

Tilastojen valossa



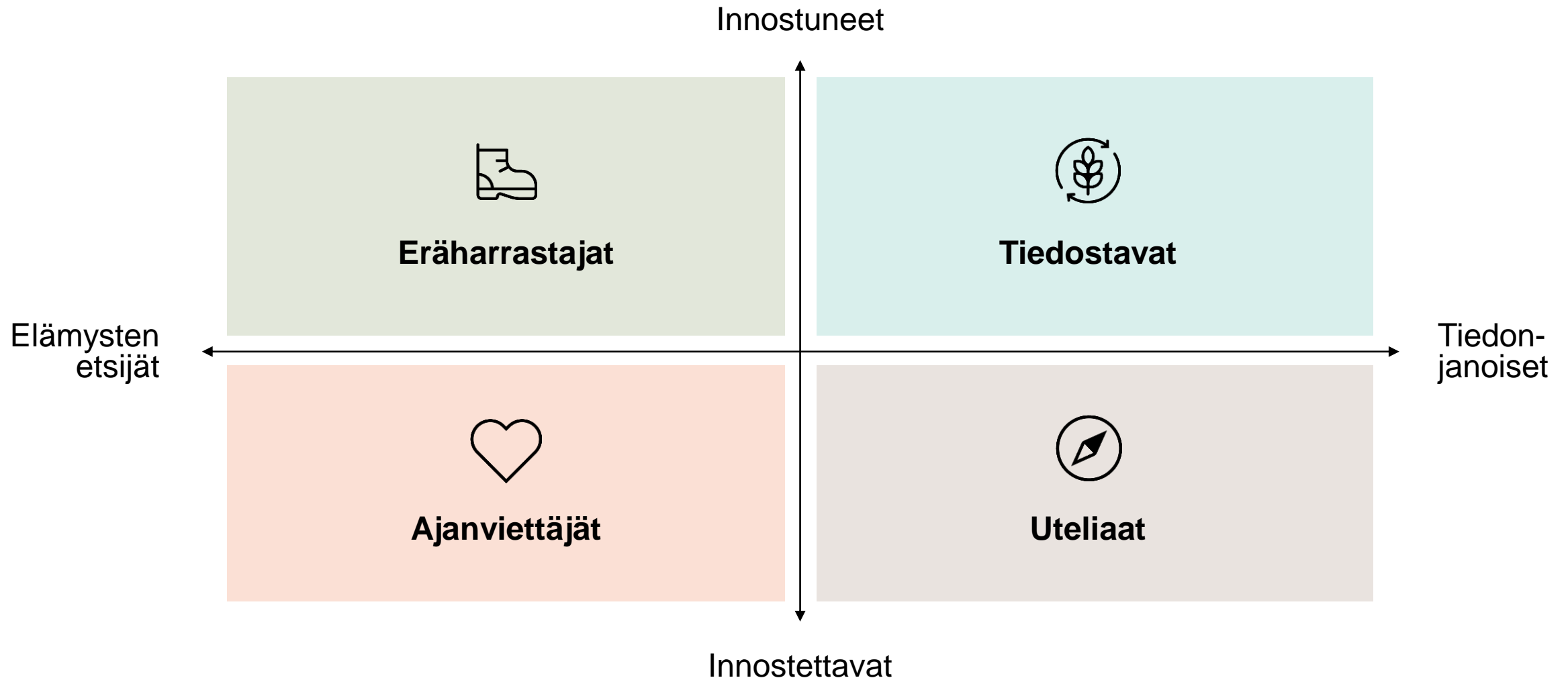
TOIMITILAT	m2	YHT m2
Näyttelytoiminta	2 000	4 800
Kokoelmatoiminta	2 000	
Toimistot	300	
Muut	500	
Ravintola	600	1 200
Auditorio	400	
Muu tulonhankinta	200	
YHT		6 000

**Erä- ja luontokulttuurimuseon
asiakasprofiilit**

**Erä- ja luontokulttuurimuseoon ovat
tervetulleita niin kokeneet eräharrastajat
kuin luonnosta kiinnostuneet oppijatkin.**

**Museon monipuoliset, saavutettavat
sisällöt ja toiminnot tarjoavat erilaisia,
kiinnostavia elämyksiä ja oivaltamisen
mahdollisuuksia eri kävijöille.**

Erä- ja luontokulttuurimuseon asiakasprofiilit



Kaupunki- ja kumppanihakku

Erä ja luontomuseon kumppanit

Erä- ja luontokulttuurimuseo on verkottunut toimija, jonka kumppanuuksien kautta syntyy monimuotoinen toiminnallinen kokonaisuus.

Kumppanuudet voivat sisältää sekä alueellisia, valtakunnallisia että kansainvälisiä tahoja.

Erä- ja luontokulttuurimuseon kumppanit

Kumppanuuksien mahdollisuuksia tarjoutuu **yhteisöille, yrityksille ja oppilaitoksille sekä yksittäisille toimijoille:**

- Kohteen paikallisina ja valtakunnallisina pitkän tähtäyksen **rahoittajina**
- **Sisällöntuotantoyhteistyön** puitteissa
- Tulevan kohteen palvelujen **tuotantokumppanuuksina**
- **Sponsorointiluonteisina** yritysyhteistyön kumppanuuksina
- Muun **varainhankinnan** puitteissa esimerkiksi lahjoitus-kampanjoissa
- Suhteessa mediaan
- Oppilaitosten kanssa esim. **sisällöntuotannossa** ja harjoittelu-paikkana
- Suurta yleisöä voi osallistaa esimerkiksi **ystäväyhteistyön** puitteissa





IODEN
USEO

IODEN MUSEO 2020
-finalisti

TS MUSEUM 2020
-finalist



Viimeinen “ihminen ja luonto” -aihealueen puuttuva
valtakunnallinen vastuumuseo Suomessa

Mikä kaupunki saa suomalaisten luontosuhteen imagon?

Mahdollisuudet sijaintipaikkakunnan näkökulmasta

1

Kiinnostava vierailukohde monenlaisille yleisöille

2

Kohde, joka lisää aluetalouden vaikuttavuutta

3

Muuttaa paikkakunnan imagoa ja mielikuvaa

4

Aktivoi alueen asukkaita ja lisää ylpeyttä alueesta

5

Kansainvälisesti kiinnostava matkailukohde

- ✓ TOP 10 museo, 100.000 kävijää
- ✓ 5 milj € aluetalousvaikutus
- ✓ 25 htv museossa, 50 - 100 htv alueelle

Arvioitavia asioita:

- Kohde riittävän väestöpohjan ympäröimä, jotta aktiivinen toiminta mahdollistuu
- Sijainti keskeinen kaupunkirakenteessa
- Kohde helposti saavutettava julkisilla kulkuvälineillä
- Palveluilla tulee olla hyvät liiketoiminnalliset edellytykset





Kysymykset kaupungeille

1. Museon merkitys paikkakunnalle tai seudulle

Mikä asema museolla on kaupungissanne ja mitä kaupunkinne tavoittelee museohankkeen kautta?

2. Tarjottava sijainti

Mitä sijaintia tai sijainteja kaupungissanne näette mahdollisina museon sijaintipaikkoina? Millaista infrastruktuuria museolle on tarjolla. Tässä pyydämme kuvaamaan mahdollisuutenne toteuttaa tai olla toteuttamassa museolle ja kokoelmatiloille uudisrakennusta, mahdollisen olevan rakennuksen uudiskäyttöä sekä museon ympärillä olevaa toimintaa tukevaa infrastruktuuria (julkinen liikenne, liikennealueet, auditoriotilat, majoitus- ja ravintolapalvelut, kokous- tai tapahtumatuotantopalvelut, ohjelmapalvelut jne.)

3. Vierailijapotentiaali

Kuvatkaa tarjoamaanne sijaintiin peilaten, tutkimukseen ja kokemukseen nojautuen, millainen lukumääräinen kävijäpotentiaali tarjoamallanne sijainnilla on nyt ja tulevaisuudessa, sekä miten se jakaantuu eri vuodenajoille. Millainen olisi tyypillinen kävijäprofiili? Alueen matkailun kehittyminen? Mihin faktoihin tai tutkimuksiin arvionne perustuu? Millaisen väestöpohjan tarjottava sijainti tarjoaa tällä hetkellä museon oheispalvelujen (ravintola, kokoustilat jne.) toiminnan pohjaksi ympäri vuoden?

4. Tarjottavat resurssit; synergia- ja kumppanuusedut.

Mitä toiminnallisia resursseja näette löytyvän a) museon kehittämishankkeen ja b) museon toimintavaiheen käyttöön. Tällaista voi olla esimerkiksi paikkakunnan matkailuorganisaation / kaupunkimarkkinoinnin resurssit, kaupungin elinkeinokehityksen tuki, kaupungin asiantuntijapalvelut, ympäristössä toimivien kaupungin ohjauksessa olevien kulttuuri tms. organisaatioiden kanssa tehtävä työ, oppilaitosyhteistyö, tai matkailualan yrittäjien toiminta hankkeen hyväksi. Kaupungin alueella toimivien suurimpien yritysten tai elinkeinoelämän yhteistyöpotentiaali. Synergiaetuja voivat olla myös jonkun muun toiminnon (opastuskeskus, toinen museo tai kulttuurilaitos tms) yhdistäminen samaan museokeskukseen.

5. Valmius rahoittaa rakentamista ja toimintaa

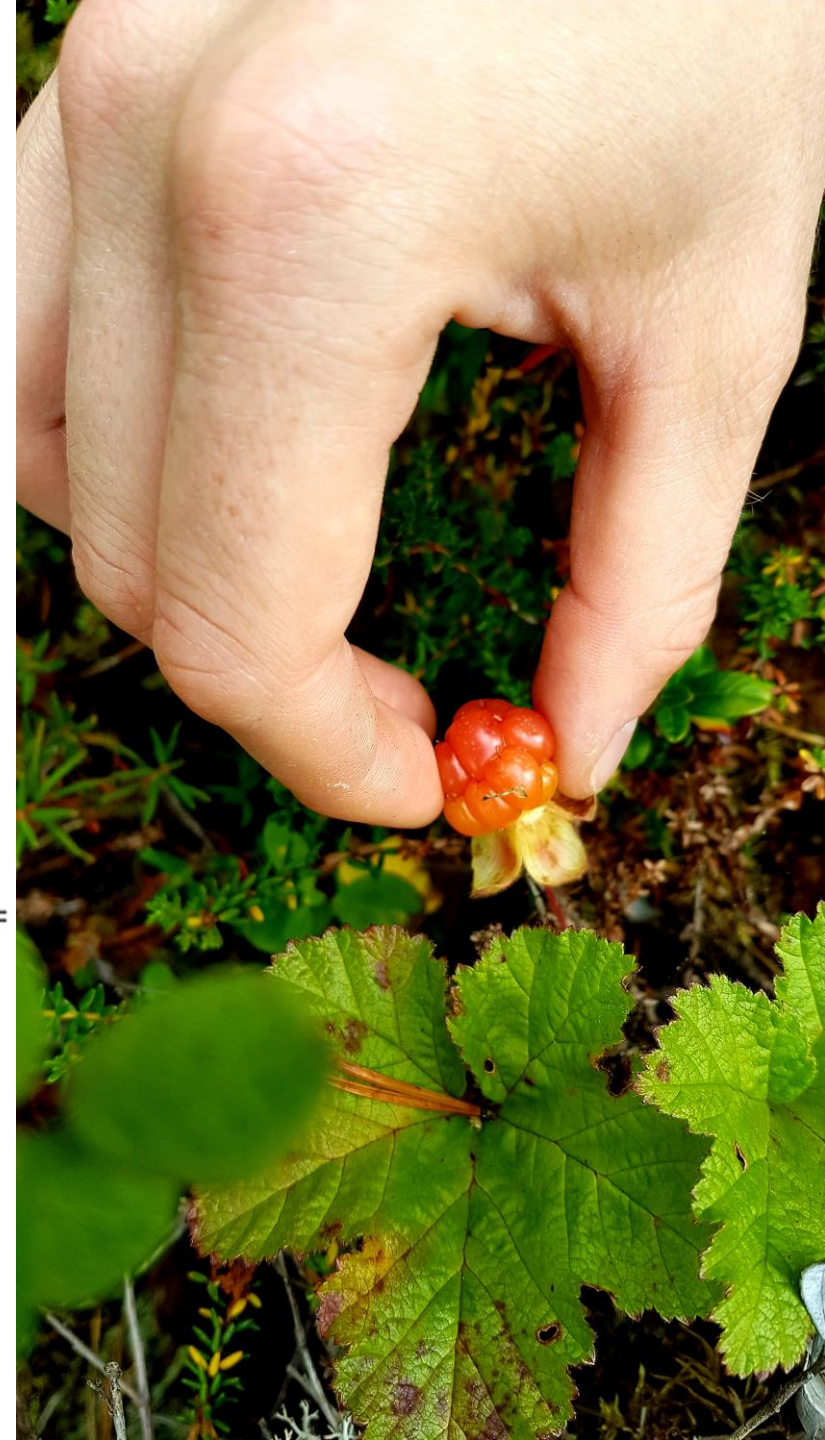
Kuvatkaa alustavasti kaupunkinne valmiutta rahoittaa a) museosäätiön perustamisvaiheen peruspääomaa b) rakennusinvestointia c) museon vuosittaista toimintaa. Rahoituksen tasosta riittää tässä vaiheessa kuvaus valmiudestanne rahoittaa hanketta. Rahoituksesta sitova päättäminen vaatii kuntaorganisaatiossa pidemmän käsittelyn ja se tullaan kysymään kilpailun toiseen vaiheeseen valituilta kandidaateilta.

Sijainti on menestyksen avain

- Tulevan museon menestys riippuu monin tavoin isäntäkunnasta.
- Valtionapu samantasoinen sijaintipaikasta riippumatta
- Sijainti ratkaisee omarahoituksen mahdollisuudet
- Kuntien rahoitus on tilastollisesti yli 50 % korotettua valtionosuutta saavien museoiden budjetista



	Kaikki valtionosuutta saavat museot (n = 127)	Korotettua valtionosuutta saavat museot (n = 52)	Muut valtionosuutta saavat museot (n = 75)
Valtion rahoitus	25,0 %	28,7 %	18,1 %
Kuntien rahoitus	48,2 %	51,9 %	41,3 %
Omat tulot	18,6 %	17,4 %	20,7 %
Muu rahoitus	8,2 %	1,9 %	19,9 %
YHTEENSÄ	100,0%	100,0%	100,0%



Hankkeen rahoitus ja roolit

- Uuden museon investointiin ja toimintaan tarvittavan rahoituksen määrä riippuu sijaintipaikasta
- Aihetta voi tarkastella tässä vaiheessa vain tilastojen valossa
- Museon rakentaminen on Suomessa maksanut 5.000 e/m² ja näyttelyrakentaminen 1.500 – 2.000 e/m²
- Investoinnista valtio on maksanut 30 %, viimeaikaisissa pk-seudun hankkeissa 50 % eduskunnan päätöksellä
- Kaikkien suomalaisten museoiden toiminnan rahoitus näkyy:
www.museotilasto.fi
- Tilastojen valossa tyyppiesimerkki 100 000 kävijän museosta:

MENOT	
Palkat	1 200 000 €
Kiinteistö	500 000 €
Näyttelytoiminta	300 000 €
Muu toiminta	400 000 €
	2 400 000 €
TULOT	
Valtionapu	700 000 €
Kaupunki + seutu	1 200 000 €
Omarahoitus	300 000 €
Kumppanit	200 000 €
	2 400 000 €



Sijaintipaikkakunnan kilpailutuksen vaiheet

- Tammikuun loppu: kilpailuun osallistuvien paikkakuntien ilmoittautuminen ja vastaukset viiteen esitettyyn kysymykseen
- Helmikuu: saatujen vastausten perusteella, neljän potentiaalisimman paikkakunnan valinta kilpailun toiseen vaiheeseen
- Helmi – maaliskuu: tarkentavat neuvottelut ja esitettyihin sijaintipaikkoihin tutustuminen. Arviointikriteerien tarkentaminen syntyvän näkemyksen perusteella. Esittely museoyhdistysten hallituksille ja ministeriöiden edustajille
- Huhtikuu: tarjouspyynnöt sijaintiin, investointiin ja toiminnan rahoitukseen liittyen (kysymykset 2 ja 5)
- Toukokuu: museota hallinnoiva säätiö tai perustavat museoyhdistykset tekevät päätöksen sijaintipaikasta mmm:n, okm:n ja museoviraston kanssa neuvotellen

Päätös sijaintipaikkakunnasta tehdään pyrkimällä löytämään perustettavalle museolle parhaat toiminnan edellytykset pitkällä tähtäimellä. Intressi isäntäkunnalla, valtiolla ja museon asiakkaila on tässä yhteinen.

