

Oon kiinni kuin vahvoin köysin

LAS PALMAS

Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusteri

LAS PALMAS

Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusterit

Hankeaika: 1.5.2025 - 31.12.2027 Hankebudjetti: 622 749 euroa

Las Palmas – Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusterit -hanke tuo Skotlannissa toimivaksi todetun Business Improvement District (BID) -mallin kokeiluun ja kehittelyyn Vakka-Suomen alueella.

BID-mallia on Skotlannissa menestyksekkäästi hyödynnetty erityisesti pienten ja keskisuurten kuntien sekä matkailualueiden kehittämisessä.

projektipäällikkö Soile Vahela, 044 773 2219, soile.vahela@ukipolis.fi

Tavoitteena hyvin **innovatiivinen ja kokeilupainotteinen** klusterikehittämishanke,

jossa mukana **kaupanalan** toimijat, **erikoiskaupat, palvelut, ravintola- majoitus- ja matkailusektorin** toimijat, **tapahtumatuotanto** ja **vapaa-aikapalvelut, kulttuuripalvelut** sekä **kiinteistöjen omistajat, kunnat ja ko. palveluja tuottavat yhdistykset.**

*Hankkeen tavoitteena ei ole keksiä
pyörää uudestaan vaan kokeilla
skotlantilaista pyörää
vakka-suomalaisiin kärryihin
soveltaen ja kehittäen*

I NIMI

Las Palmas

**Lounaiskulman palvelu- ja
matkailuklusteri**

II HAKIJA

Ukipolis Oy

Yhteistyökunnat

Uusikaupunki

Laitila

Vehmaa

Taivassalo

Pyhäranta

Kustavi

BID jäsentää toimintaympäristöä -> antaa toiminnalle raamit.

Hankkeessa BID-mallia käytetään kahdessa eri kontekstissa:

1. Kuntakeskusten tai palvelukeskusten elinvoiman kehittäminen palvelu-BIDien avulla. (kuusi (6) palveluBIDiä, 240 000 euroa)

- Tavoitteena on luoda toimintamalli, jossa paikalliset yritykset ja muut toimijat voivat yhdessä kehittää keskusten elinvoimaisuutta, asiakasvirtoja, viipymää, viihtyisyyttä jne.

2. Vakka-Suomen matkailuBIDin perustaminen ja yhtenäisen matkailubrändin luominen (156 000€)

- Tavoitteena on yhdistää alueen matkailutoimijat yhdeksi kokonaisuudeksi, jolla on yhtenäinen markkinointi- ja kehitysstrategia, mikä tukee matkailun kasvua ja kestävyttä, sekä kehitetään matkailulle, alueen rakenteen ja vahvuudet huomioivaa teemoitusta.

Aberdeen Inspired BID

Kirkwall BID

Oban BID

Skotlannin BIDit kootusti

Malli BID toimintasuunnitelmasta Skotlannissa,
Lerwick

KustaviBID 22.10.2025



Visit Kustavi



Visit Kustavi

Mikä BID on käytännössä?

Pohja-ajatus:

Yritykset, kunta ja yhteisöt tekevät yhdessä alueen elinvoimaa parantavia tekoja. Ei uutta byrokratiaa – vaan yhteinen pöytä, jossa sovitaan mitä kehitetään..

BID-mallin ydin:

- Paikallinen – syntyy alueen omista ideoista ja tarpeista.
- Käytännönläheinen – keskitytään tekoihin, ei raportteihin.
- Yhteinen – yritykset ja kunta tekevät yhteistyössä.
- Jatkuva – malli jää elämään hankkeen jälkeenkin.

Esimerkkejä Skotlannista:

- Pienet satamakaupungit elävöittivät keskustansa.
- Yhteiset tapahtumat ja brändit lisäsivät kävijämääriä.
- Yritykset saivat näkyvyyttä ja kustannussäästöjä.

 **BID on vähän kuin yhteinen vene – kun soudetaan samaan suuntaan, päästään pidemmälle ja kevyemmin.**

KustaviBID

Tärkein ero tavalliseen hankkeeseen on:

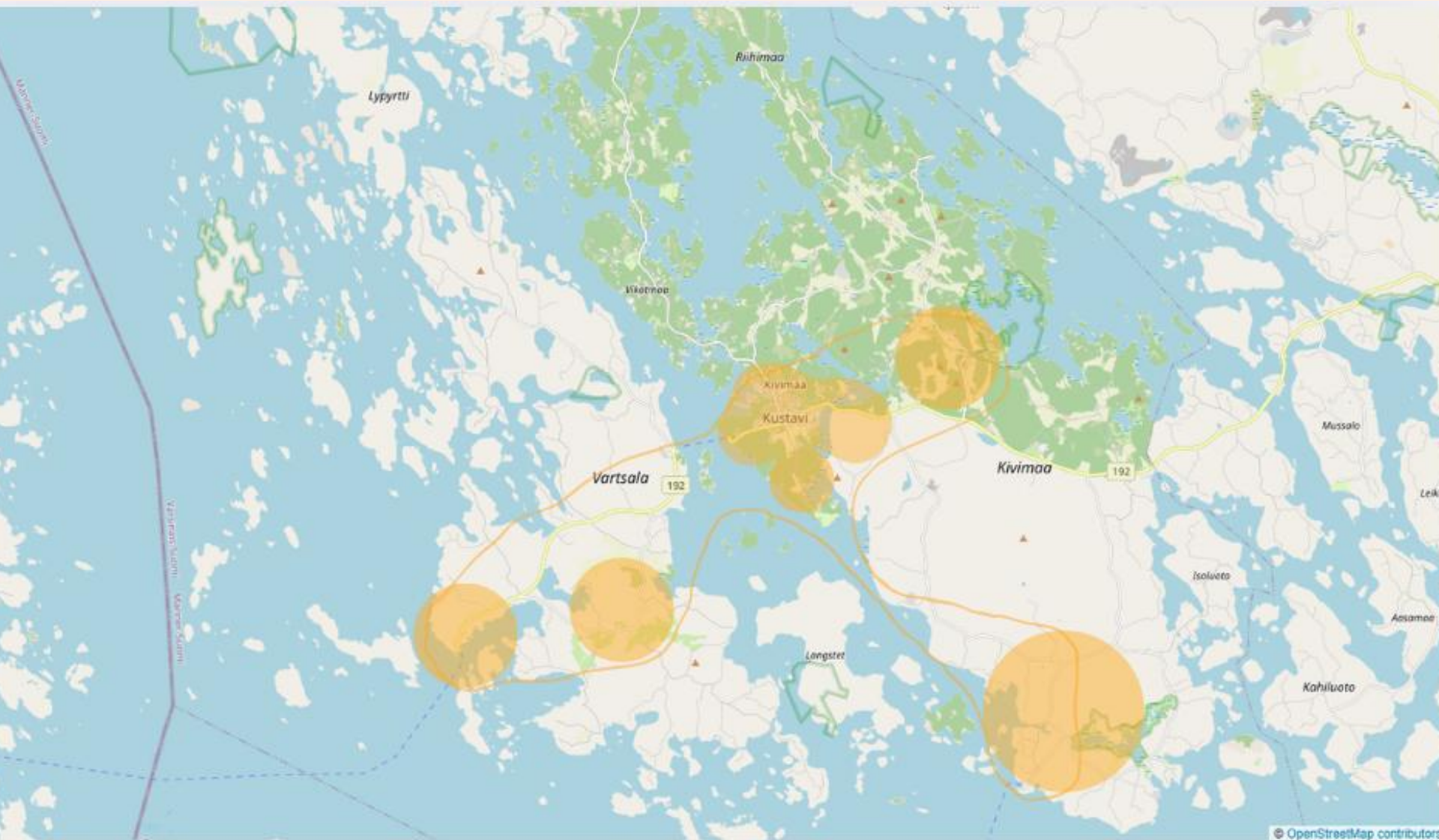
Tässä tekemisessä te päätätte, mitä tehdään ja mihin rahat käytetään!

Hanke vain mahdollistaa ja auttaa – eli tuo pöytään työkalut, koordinaation ja rahoituksen.

Kustavissa on 15 000 euroa käytettävissä siihen, että kokeillaan yhdessä jotain konkreettista kehittämistä.

-> Uusi tai uudistettu tapahtuma, yhteisopasteet, keskustan ja torin elävöittäminen ja viihtyisyyden lisääminen, yhteinen markkinointikampanja – tehdään sitä, mitä TE näette tärkeäksi!

KustaviBIDistä voi syntyä pysyvä yhteiskehittämisen malli kunnassa.



© OpenStreetMap contributors

KustaviBID-prosessi

1. Ennakkokysely

2. Aloitustilaisuus, toimenpiteiden ideointi

3. Suunnitteluryhmä kokoaa BIDin toimintasuunnitelman ja budjetin

4. Ohry ja V_S liitto hyväksyvät toimintasuunnitelman ja budjetin

5. ÄÄNESTYS

6. Jos yli 50% äänistä

→ TOTEUTUS

Kustavin kunnan matkailutoimet 2026

ENNAKKOKYSELYN TULOKSIA

KustaviBID – toimenpide-ehdotukset

Tavoite: tunnistaa konkreettisia toimenpiteitä Kustavin keskustan ja matkailun kehittämiseksi.

Teemat ja kyselyn painotukset:

- Tunnettuus ja markkinointi, **27 %**
- Saavutettavuus ja löydettävyys, **24,5 %**
- Keskustan viihtyisyys, **25,5 %**
- Tapahtumat ja sesongin pidentäminen, **23%**

Miksi annoit suurimman painoarvon juuri näille osa-alueille?

- Kaikki vaativat kehittämistä ja Kustavi brändäystä. Kaikki osa-alueet vaativat suunnitelmallista työtä. Kaikki on tärkeää, todella vaikeaa pisteyttää. Kaikki ovat yhtä tärkeitä.
- Tapahtumiin panostamista. Mielestäni tässä olisi vielä hyödyntämättömiä yhteistyömahdollisuuksia.
- Näkyvyys ja löydettävyys erityisen tärkeää. Samoin tapahtumat, viihtyisyyden lisääminen.
- Tunnettuus ja markkinointi tuo ihmisiä sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä
- Maksukykyiset asiakkaat haluavat viihtyisyyttä ja siisteyttä. Vanha kustavilainen sekasorto ei riitä.
- Pidän tärkeänä yritysten välistä yhteistyötä ja selkeitä opasteita.

Onko sinulla konkreettisia ideoita tai ehdotuksia, jotka tukevat painopisteitä?

- Tapahtumien yhteismarkkinointi ryhmille, ryhmämatkapaketit
- Yhteinen kuljetus eri paikkojen välillä, aikataulutettu taksilinja maalla ja myös merellä
- Tiiviimpi yhteistyö tapahtumien järjestämisessä ja niiden markkinoinnissa
- Toivon, että Kustavin kunta jatkossakin arvostaa tekemäämme työtä ja tukee meitä asiantuntemuksella, kumppanuudella kuin myös avustuksilla.
- Konkreettinen idea on tavoitteiden asettaminen ja suunnitelman laatiminen niiden toteuttamiseksi. Kunnan suunnitelmat ja toimenpiteet markkinoinnissa ja viestinnässä pitäisi olla tiedossa suunnitelmaa laadittaessa.
- Matkailupalvelujen yhteydessä tulisi olla liitännäispalveluita, joita ehtii rauhassa harkita lomalla, kuten testamentit ja hoitotahdot.
- Kunnan markkinoinnin parantaminen. Printattuja esitteitä, karttoja.
- Kustavin Kivimaalle pitää saada talvella palvelevaa ravintolatoimintaa, ilman sitä ei matkailija liikahta. Itätalon talonpoikaiskartanon hyödyntäminen.

Mitä Kustavissa pitäisi kokeilla ensimmäisenä?

- Sesonki pitää pidentää, mutta koulujen alkamista myös myöhäistää—viesti päättäjille!
- Eri yhdistysten, yrittäjien ja kunnan yhteen hiileen puhaltaminen. Yhdessä saamme paljon aikaan.
- Kauden pidentäminen
- Erilaiset kaupat ja ravintolat ympäri Kustavia ja naapurikunnissa, Heikinkarin ranthuone ja Brändö ravintola- ja majoitustilat.
- Markkinoida Kustavin saariston täysin poikkeavia olosuhteita.

TOIMENPITEIDEN
SUUNNITTELU ALKAA
-> NYT

Kehittämisasiärahaa 15 000€

Kustavin kunta tässä mukana 7500 €

Loput 7500 € tulee hankkeelta

(toimenpiteet eivät saa hyödyttää yksittäistä yrittäjää)

HUOM! Tämän lisäksi MatkaiBIDissä rahaa 156 000€ koko Vakka-Suomeen

Menetelmä ja käytännön toteutus

- Pöydillä A3-fläpiti, isot kysymykset ja tilaa ideoille.
- jokaisessa pöydässä kirjuri kirjaa konkreettiset ehdotukset.
- Pöytäkierrös: n. 10 min per teema.
- Kierroksen lopuksi viimeinen ryhmä valitsee 3 parasta toimenpide-ehdotusta, 1., 2. ja 3.
 - **Numeroikkaa laput, 1. tärkein, 2. seuraavaksi tärkein jne**
- Lisäksi jokainen osallistuja valitsee 5 tärkeintä toteutettavaa toimenpidettä, **numeroikkaa laput.** (5min)
- Äänestys tarralapuilla
- Eniten ääniä saaneista ideoista valitaan KustaviBIDin toimenpiteet (suhteessa painotukseen)

1 Tunnettuus ja markkinointi, 27%

- Miten Kustavi voisi olla paremmin tunnettu ja kiinnostava – ympäri vuoden?
- Mitä toimenpiteitä voisi tehdä, jotta Kustavi näkyisi paremmin?
- Minkälaisen yhteisen ilmeen tai kampanjan voisimme toteuttaa?
- Miten yritykset voisivat markkinoida yhdessä (kartta, some, tapahtumakalenteri)?
- Jos saisit 5 000 €, mihin näkyvyystoimeen sen käyttäisit?
- Mikä olisi/on Kustavin oma symboli tai tarina?

2 Saavutettavuus ja löydettävyys, 24,5%

- Mitä esteitä asiakkaalla nyt on tulla tai löytää perille?
- Miten keskustan ja palvelut voisi tehdä helpommin hahmotettaviksi?
- Missä kohtaa asiakas 'hukkuu' tai ei tiedä minne mennä?
- Jos voisit lisätä kolme kylttiä tai opastetta, mihin ne tulisivat ja mitä niissä olisi?
- Digitaalisen löydettävyyden kehittäminen?
- Miten Kasitien ohikulkijat saataisiin pysähtymään?

3 Keskustan viihtyisyys, 25,5 %

- Miten keskustasta tehdään paikka, jossa ihmiset haluavat pysähtyä ja viettää aikaa?
- Missä kohtaa keskustaa kaivataan piristystä?
- Mitä viihtyisyyttä parantavia elementtejä voisi kokeilla (penkit, valot, istutukset, taide)?
- Mitä voisi tehdä tai jo tehdään yhdessä yrittäjien ja kunnan kesken, miten yhteistekemistä voisi jalostaa?
- Onko tyhjiä tiloja tai paikkoja, joihin voisi tuoda elämää?
- Jos saisimme yhden päivän kokeilun, mitä siinä testattaisiin?

4 Tapahtumat ja sesongin pidentäminen, 23 %

- Miten luodaan syitä tulla Kustaviin – ja jäädään pidemmäksi aikaa?
- Minkä tyyppisiä tapahtumia lisää?
- Voisiko sesonkia jatkaa syksyyn tai talveen jollain tapahtumalla?
- Miten yritykset voisivat tehdä enemmän yhteistyötä tapahtumien yhteydessä?
- Mitä uusia tapahtumia voisi syntyä kevyesti?
- Jos saisit valita yhden uuden Kustavi-tapahtuman, mikä se olisi?

Parhaat ideat

- Jokainen ryhmä valitsee 3 parasta toimenpide-ehdotusta, 1., 2. ja 3.
 - Lopuksi vielä jokainen osallistuja valitsee 5 tärkeintä toteutettavaa toimenpidettä.
 - Äänestys tarralapuilla, **numeroikkaa laput**
 - Eniten ääniä saaneista ideoista valitaan KustaviBIDin toimenpiteet (suhteessa painotukseen)
- > Osa ideoista voidaan laittaa koko alueen MatkailuBIDIin

Tulokset ja seuraavat askeleet

Työpajan lopputulos:

- n. 12 konkreettista toimenpide-ehdotusta (TOP 3 jokaisesta teemasta + oma äänestys)
- Ensimmäiset (tai kaikki) toimenpiteet kesälle 2026
- KustaviBID suunnittelutyöryhmä (3–4 hengen tiimi) kokoaa toteutussuunnitelman ja budjetin.
- Ennen toteutusta nämä äänestytetään toimijoilla (myös ohryssä ja V-Sliitossa ennen toteutusta)

Miten työ jatkuu?

- Päätetään suunnitteluryhmän jäsenet
- Hanke selvittää kulut toimintasuunnitelman tueksi
- Suunnittelu ryhmä koostaa lyhyen toimintasuunnitelman ja budjetin ja tämä äänestytetään yrittäjillä
 - Ennen äänestystä hyväksytetään suunnitelmat ohryssä V-Sliitossa
- **Kun suunnitelmat saavat + 50% äänistä lähdetään toteuttamaan**