

Karhukoto –hankesuunnitelma

Hankkeen taustaa

Koko Karhuseutu kärsii väestökadosta. Kuntien päättäjät ovat pitkään puhuneet asukashankinnan tärkeydestä ja poismuuton ehkäisemisestä. Asiaan on tartuttu lähinnä kaupunkikeskeisen elinkeinopolitiikan keinoin. Kuitenkin suurin osa Karhuseudusta on maaseutua, joka tarjoaa todellisen vaihtoehdon ihmisille, jotka ovat kyllästyneet kasvukeskusten ruuhkiin ja stressaavaan elämäntapaan. Karhuseutu ry käynnisti kesäkuussa 2002 asukashankinnan esiselvityksen pilottikylissä. Tontti- ja asuntorekisterin laatiminen on käynnissä kahdeksassa maaseudun kylässä. Samalla etsitään kylien vahvuuksia sekä asumisen että yrittämisen näkökulmasta. Selvitys valmistuu vuoden loppuun mennessä.

Varsinainen alueen markkinointi on tarkoitus käynnistää aluksi yksivuotisena hankkeena tammikuussa 2003. Asumista ja yrittämistä Karhuseudulla ja pilottikylissä markkinoidaan valtakunnallisessa mediassa ja asumiseen liittyvillä teemamessuilla kasvukeskuksissa. Suoramarkkinointi kohdennetaan alueelta 60-luvulla ja sen jälkeen poismuuttaneisiin, lähinnä pääkaupunkiseudulla asuviin. Vuodelle 2004 laaditaan markkinointikokemusten mukaan muuttamisesta kiinnostuneiden palvelupainotteinen jatkohanke.

Suomen Kuntaliiton taustaraportti maaseutu- ja kaupunkipolitiikan yhteensovituksista muutaman vuoden takaa toteaa, että nykyinen kehitystrendi suosii kaupunkimaisuutta. Trendin jatkuessa liian voimakkaana voidaan lyhyellä aikavälillä menettää pitkällä tähtäimellä arvokkaaksi osoittautuvia kasvutekijöitä. Jo tehdyt infrastruktuuri-investoinnit on tärkeää kokonaistaloudellisin perustein arvioiden pitää kunnossa. Kunnossa olevan rakenteen varassa on helpompi ottaa käyttöön eri alueilla mahdollisesti uinuvia resursseja.

LEADERin eurooppalaisen seurantakeskuksen johtaja Yves Champetier näkee trendin Euroopassa jo kääntyneen. Lukuisilla alueilla maaseutu on vuosikymmenten ajan samaistettu taantumiseen, poismuuttoon, vanhentumiseen ja autioitumiseen. Tänään voimme kuitenkin havaita toisenlaisia ilmiöitä. Lukuisat seudut elävät uutta nousukautta, etenkin ne, jotka sijaitsevat kaupunkikeskusten lähetyvillä.

Skotlannissa sijaitsevan Aberdeenin yliopiston väestömaantieteen professori John Bryden on havainnut useilla maaseutualueilla väestörakenteen uudistumista. Esimerkiksi Alankomaissa, Englannin kaakkoisosissa sekä Pariisia ympäröivillä alueilla kaupunkien kehitys vaikuttaa välittömässä läheisyydessä oleviin maaseutualueisiin. Alueiden väkiluku kasvaa, koska väestö siirtyy pois suurkaupunkialueilta. Tässä tilanteessa maaseudulle muuttavien enemmistö kuuluu hyvätuloiseen väestönosaan, joka pakenee kaupungissa asumisen haittailmiöitä. Muilla alueilla, esimerkiksi Ranskan eteläosassa, Espanjan ja Portugalin rannikoilla sekä osissa Walesia ja Isossa Britanniassa voidaan havaita, miten paikkakunnalle muuttaa hyvätulaisia eläkeläisiä, takaisin synnyinseudulle muuttavia henkilöitä tai vielä aktiivisessa iässä olevia ihmisiä, jotka hakevat parempaa elämän laatua. Tulokkaat osallistuvat usein aktiivisesti maaseutualueen kehittämiseen.

Myös Suomessa kiinnostusta maallemuuttoon on. Maaseutuyrittäjyyden edistämiskeskuksen teettämän selvityksen mukaan Suomen suurimmissa kaupungissa on vahva kiinnostus siirtyä maaseudulle asumaan ja yrittämään. Pääkaupunkiseudulla 7 % (laskennallisesti n. 44000 henkeä) ja muissa yli 50 000 asukkaana kaupungeissa 9 % (laskennallisesti n. 23000 henkeä) 15-64-ikäisestä väestöstä pitää varmana tai erittäin todennäköisenä siirtymistä maaseudulle, jos heidän kokemansa taloudelliset ja sosiaaliset esteet saadaan poistettua. Tätä joukkoa voidaan pitää 'vakavasti

maaseudulle siirtymistä harkitsevana'. Selvityksen mukaan suurimmat esteet maaseudulle siirtymiseksi liittyvät käsitykseen, että maaseudulta on vaikea saada työtä. Noin joka kolmas sanoi esteeksi perhesyyt, kuten lasten koulutilanteen tai puolison työpaikan ja joka kahdeksas koki rahan puutteen esteeksi. Kuitenkin huomattava määrä maaseudusta kiinnostuneista (laskennallisesti n. 16 000 henkeä) ei kokenut mitään erityisiä esteitä tai ei ollut vain tullut kehitelleeksi asiaa eteenpäin.

Maaseutuyrittäjyyden edistämiskeskus on perustamassa maalle muuton esteiden poistamiseen ja tiedon välittämiseen keskittyvää maanlaajuista informaatiopistettä. Tällä hetkellä tieto ja neuvonta ovat hajallaan ja käyttäjien kannalta vaikeasti löydettävissä. Kaupunkilaisen kontaktinottokynnys maaseudulle on korkea, koska hän ei tunne maaseudun toimijoita tai edes kotikaupungissa olevia tahoja, jotka voisivat auttaa asiassa. Vaikeutta lisää maantieteellinen etäisyys kaupungin ja maaseudun välillä.

Maallesiirtäjän Infopisteelle on nähtävissä selkeä tarve. Kyse on yhteiskunnallisesti merkittävän 'vastavirtamuuton' edistämisestä. Samalla palvelu voi osaltaan olla vähentämässä väestön keskittymispainetta kasvukeskuksiin, mikä aiheuttaa suuria yhteiskunnallisia kustannuksia. Potentiaalinen käyttäjävolyymi on varovasti arvioiden kymmeniätuhansia ihmisiä. Infopisteen kehittämisessä ja luonnissa on kyse uudesta palvelu- ja toimintamallista, joka lisää kaupungin ja maaseudun uudenlaista vuorovaikutusta, tuo uusia yrittäjiä ja uudenlaisia yritysideoita maaseudulle, tuo uusia asukkaita maaseudulle ja vaikuttaa asennetasolla myönteisesti kannustamalla maaseudulle harkitsevia tekemään lopullisen siirtymispäätöksen.

Karhukoto-hanke Karhuseudulla muodostaa tarvittavan alueellisen vastinparin maallemuuttajan infopisteelle. Hankkeessa saadaan tuotettua tietoa maallemuuttajan mahdollisuuksista Karhuseudulla. Kun ollaan liikkeellä ajoissa, samaan aikaan infopisteen kokoamisen kanssa, päästään etunenässä harvojen muiden alueiden kanssa tarjoamaan tietoa maalla asumisen ja yrittämisen mahdollisuuksista Karhuseudulla. Koko Karhuseutu Porin ydintä lukuun ottamatta on Suomen kasvukeskuksissa, erityisesti pääkaupunkiseudulla asuvien näkökulmasta maaseutua.

Maaseutuyrittäjyyden edistämiskeskuksen selvitysten mukaan maalle siirtymisen motiivi voi olla esimerkiksi väljempi asuminen, halvempi kustannustaso, luonnonläheisyys, turvallisuus, lapsiystävällisyys, halu tehdä etätöitä tai halu ryhtyä yrittäjäksi maaseudun oloissa. Tutkimusten ja käytännön havaintojen perusteella kiinnostuneimpia ovat koulutetut nuoret aikuiset, joilla on pieniä lapsia tai jotka ovat lapsettomia, 40-50 -vuotiaat, naiset, kaupungissa toimivat pienyrittäjät ja eläkeläiset. Valtaosalla kiinnostuneista on jokin kytkentä maaseutuun, kuten syntymäpaikkakunta, sukulaisia ja ystäviä, kesämökki tai metsäpalsta. Harrastukset voivat kytkeä kiinnostuksen maaseutuun.

Myös Merja Haliseva-Soila on tutkimuksessaan todennut, että maallemuuttoa harkitsevien kiinnostus suuntautuu lähes täysin aiemmin tunnetulle alueelle, joko entiselle kotiseudulle tai nykyisen asuin kaupungin ympäristöön. Kiinnostuksen suuntautuminen ennestään tutulle alueelle tukee Karhukoto-hankkeen aietta suoramarkkinoida Karhuseutua poismuuttaneille.

Haliseva-Soilan tutkimuksen mukaan keskusetaisyys on merkittävä tekijä. Noin kaksi kolmasosaa muutoista tulisi suuntautumaan kaupunkimaisen keskuksen työssäkäyntialueelle 50 kilometrin säteellä. Kaikki Karhukoto -hankkeessa mukana olevat pilottikylät, ja itse asiassa koko Karhuseutu, sijaitsevat 50 kilometrin säteellä seudun keskuksesta, Porista. Lisäksi Karhuseutu tarjoaa muita työssäkäyntikeskittymiä, mm. Harjavallassa.

Yli kolmannes Haliseva-Soilan tutkimukseen osallistuneista on sitä mieltä, että palvelujen välittömällä läheisyydellä (alle 3 km) ei ole ratkaisevaa merkitystä maaseudulle sijoittumista suunniteltaessa. Nuoret ovat tässä mielessä vaativampia. Peruspalveluvarustusta pidetään joka tapauksessa yleisesti tärkeänä asiana. Tärkeänä pidetään harrastuksia, maaseutu tarjoaa erilaisia mahdollisuuksia harrastamiselle. Keskusteluissa kuntien edustajien kanssa tulee esille usein kuntien pelko siitä, että muuttajat alkavat enenevässä määrin vaatia kunnalta palveluja muutettuaan alueelle. Kuitenkaan palvelut eivät näyttäisi olevan ratkaiseva syy kun on kysymys maalle muuttamisesta.

Haliseva-Soilan mukaan eniten kiinnostusta herättävä asumismuoto maaseudulla on vanha rakennus. Vanhojen rakennusten välitys, myynti ja vuokraus, tuottaisivat hänen mukaansa pitkällä tähtäimellä tuloksia. Tämä on hankalaa myös Karhuseudulla. Joitakin vanhoja rakennuksia toki saadaan myyntiin, mutta lähinnä tunnesyistä ihmiset ovat haluttomia myymään tai edes vuokraamaan tyhjiään olevia rakennuksia maaseudulta. Kuitenkin yleinen muuttokiinnostus kyliin saattaisi ”kypsyttää” ihmisiä myymään tai vuokraamaan talojaan.

Ote maallemuuttajan tarinasta:

Marja Mattlar: Miksi muutin kaupungista maalle?

Tärkein maallemuuttomietteen käynnistäjä oli oma lapsi. Lapsen synnyttyä alkoivat kaupunkielämisen ristiriidat kärjistyä. Aivan ensimmäiseksi tarvittiin lisää asuintilaa, joka on pääkaupunkiseudulla suhteettoman kallista. Jossain mielen taka-alalla oli toki aikaisemminkin naputtanut kriittisiä huomioita pääkaupunkiseudun asumisen altaudesta, elinympäristön melusta ja saasteista sekä ruuhkista, ihmisten tylyydestä ja piittaamattomuudesta, työn ja vapaa-ajan jyrkästä erosta, eri-ikäisten ihmisten säilömisestä omiin laitoksiinsa irti toistensa vuorovaikutuksesta. Kaupungissa ärsykkeet ovat päällekkäisiä, tunkeileviä, manipuloivia, sekavia, aikuiselle mitoitettuja. Kaikki tapahtuu aikuisen ehdoilla, tehokkuuden nimissä. Kaikki mitataan rahassa. Pienellä lapsella ei ole mitään mahdollisuuksia tutustua omin päin, ilman aikuisen valvontaa omaan elinympäristöönsä, mikä köyhdytti mielikuvitusta ja rajoitti oma-aloitteisuutta. Lapsen tarvitsema turvallinen tila oli käynyt liian ahtaaksi kaupunkiliikenteen puristuksessa. Lapsen syntymä muutti minuakin niin, että pian suunnittelin tulevaisuutta maaseudulla itsenikin vuoksi. Kaipasin luontoa lähemmäs kotiovea. Kaipasin maaseudulta syvää rauhaa selvittääkseni mistä olin tulossa, missä parhailaan ja minne menossa. Kiiреinen kaupunkiympäristö katkaisi jatkuvasti hedelmällisiä ajatuskulkuja, typisti monia mahdollisuuksia pohdiskella, kehittää ja suunnitella sekä toteuttaa uutta parempaa tulevaisuutta.

Helsingin yliopiston maaseudun tutkimus ja koulutuskeskuksen (Seinäjäjoki) tutkija Merja Paunikallio on tutkinut nuorten maaseutua ja kaupunkia koskevia arvoja ja asenteita sekä tulevaisuudenodotuksia. Tutkimuksen mukaan maaseutumyönteisyys lisääntyy nuorten varttuessa, ja samalla mahdollinen asettautuminen asumaan maaseudulle tulee aiempaa vakavammin harkittavaksi vaihtoehdoksi. Muuttohalukkuus kuitenkin myös jakaa nuoria. Suurin osa nuorista valitsi vaihtoehdon ehkä kuvaamaan muuton todennäköisyyttä.

Muuttohalukkuutta maaseudulle vahvistavat tilava ja edullinen asuminen sekä luonnonläheisyys ja turvallisuus. Kaupunkien vahvuudet ovat työ, opiskelu ja palvelut. Näiden yhdistelmästä muodostuu vaativa kuva nuorten ihannoimasta asuin ympäristöstä, joka on hyvin samankaltainen sekä maaseudulla että kaupungeissa asuvilla nuorilla. Lähellä kaikkea, mutta keskellä ei mitään, oli tutkijan mielestä vastaus, joka kuvasi hyvin ajatusta nuorten ihanteellisesta asuin ympäristöstä.

Nuorten mielestä maaseudulla asumista ja elämistä tulisi tukea. Nuoret ehdottavat erilaisia verohelpotuksia, kuten bensaveron ja autoveron poistamista. Lisäksi nuoret toivovat parannuksia maaseudun palveluihin ja työmahdollisuuksiin. Nuoret mainitsevat mm etätyömahdollisuuksien lisäämisen ja työssäkäyntiliikenteen kehittämisen. Palveluista vähintään peruspalveluiden, kauppa, posti ja koulu, tulisi olla lähellä. Nuorten mielestä yhteiskunnan tulisi tukea väestön muuttoa kaupungeista maaseudulle.

Tukitoimien lisäksi maaseudun markkinointi on nuorten mielestä tärkeää. Maaseudun mahdollisuuksia asuinpaikkana ja sen hyvistä puolista tulisi kampanjoida, mikä yhdessä tukien kanssa tekisi maaseudusta harkitsemisen arvoisen vaihtoehdon.

Karhukoto – hankkeen tavoitteet ja toimenpiteet

Tavoitteet

- Koko Karhuseudun alueen tunnettuuden lisääminen valtakunnallisesti
- Uusien asukkaiden ja yrittäjien houkuttelevuus seudulle
- Hankkeen pilottikylä ja koko Karhuseudun elinvoimaisuuden parantaminen

Toimenpiteet

Hankkeessa tuotettava materiaali

- tietokansiot (sisällä vaihtuvaa materiaalia tonteista, taloista, tapahtumista)
- yhteisesite / suoramarkkinointikirje seudusta ja kylistä
- ”kylässä asumisen oppaat”
- kotisivut kylille
- Internet – portaali, joka tarjoaa tietoa pilottikylästä, Karhuseudun kunnista, asumis-, yrittämis- ja toimeentulomahdollisuuksista Karhuseudulla
- SAMKin tutkimus alueelle jo muuttaneiden kokemuksista

Esiselvityksen aikana on tehty alustava pilottikylä tontti- ja tilarekisteri. Samoin on kartoitettu kyläpalvelut ja yritykset. Heti hankkeen aluksi tieto saatetaan markkinoitavaan muotoon nettiin ja esitteiksi. Nettiportaalin rakenne ostetaan yritykseltä, joka kouluttaa kyläläiset käyttämään päivitysjärjestelmää ja laatimaan kullekin kylälle omannäköiset kotisivut. Näin turvataan nettiportaalin ja kotisivujen jatkuvuus ja päivittyminen myös hankkeen jälkeen. Portaali sisältää mm. asunto/tonttihaun, linkit kylä sivuille sekä linkit Karhuseudun kuntien ja yhteistyökumppanien (yritysten, yhteisöjen) sivuille. Kylä sivuilla on kaikki olennainen tieto kylästä ja asumisesta kylässä. Kuntien sivuilta taas löytyy laajemmin tietoa alueen palvelu- ja kulttuuritarjonnasta.

Satakunnan ammattikorkeakoulun markkinoinnin opiskelijat tekevät helmi-maaliskuussa kyselytutkimuksen, jolla selvitetään, miten kymmenen vuoden aikana hankkeen pilottialueille muuttaneet ovat kokeneet asumisen alueilla. Opiskelijat selvittävät, mitkä syyt vaikuttivat muuttopäätökseen, miten kunta suhtautui muuttoon, ja miten alueen asukkaat ottivat heidät vastaan. Tästä saadaan eväitä nyt muuttoa suunnittelevien palveluun ja muuttajien vastaanottoon alueilla.

Seudun muuttovoittoon tähtäävät toimet

- suoramarkkinointikirjeet kylästä poismuuttaneille
- ”avoin kylä” tapahtumat
- nettiportaalin mainonta kasvukeskusten valtakunnallisissa
- lehtijuttujen kirjoittaminen aiheesta ja tarjoaminen medialle, erityisesti eri alojen harrastelehtiin ja aikakauslehtiin
- Messuille osallistuminen: Helsingin Pisa huhtikuu 2003, Vespuolen asumismessut heinäkuu 2003, Satakunnan Messut syyskuu 2003 ja mahdollisesti Tampereen Asta marraskuu 2003
- esilläolo, alueen markkinointi Maaseutuyrittäjyyden edistämiskeskuksen maallemuuttajan infopisteessä

Kiinnostus maallemuuttoon kohdistuu useimmiten jo ennestään tutuille alueille. Niinpä Karhuseudun kunnissa syntyneille, nyt pääkaupunkiseudulla asuville 30-60 - vuotiaille lähetetään tietoa asumis- ja yrittämismahdollisuuksista heidän entisellä kotiseudullaan. Samalla heidät kutsutaan henkilökohtaisesti ”avoin kylä” päville tutustumaan entiseen kotikyläänsä. Avoin kylä tapahtumat järjestetään kesän korvalla, niissä esitellään kylien vapaita rakennuspaikkoja, asuntoja, yrityksiä, yhdistyksiä ja ympäristöä. Myös yhteistyökumppaneina olevat yritykset näkyvät tapahtumissa haluamallaan tavalla.

Hankkeen alkajaisiksi toteutettua nettiportaalia markkinoidaan mm. Helsingin Sanomissa. Mainonta ajoitetaan messujen läheisyyteen. Hanke osallistuu kolmeen - neljään messutapahtumaan. Messuosastoilla esitellään Karhuseutua ja pilottikylien asumismahdollisuuksia. Osastoilla ovat esillä myös yhteistyökumppaneina toimivat yritykset.

Kylien ja Karhuseudun markkinointi tukeutuu osaltaan alueen kaupunkikeskuksen, Porin, kulttuuri- ja palvelutarjontaan sekä eri puolilla Karhuseutua sijaitseviin luonnon hyväksikäyttöön perustuviin vapaa-ajan mahdollisuuksiin. Karhuseudun maaseudun kylissä on mahdollisuus rauhalliseen, turvalliseen ja väljään asumiseen, mutta kuitenkin kaikki tarvittavat vapaa-ajan viettomahdollisuudet, laaja kulttuuritarjonta, kauppakeskukset, oppilaitokset ym. sijaitsevat korkeintaan puolen tunnin ajomatkan päässä kotoa.

Hankkeesta ja kylistä tarjotaan juttuaiheita ja valmiita juttuja eri harrastelehtiin ja aikakausilehtiin. Myös paikalliset tiedotusvälineet pidetään ajan tasalla hankkeen kulusta. Lisäksi ajantasaista tietoa välitetään Maaseutuyrittäjyyden edistämiskeskuksen maallemuuttajan infopisteeseen.

Hankkeen toteuttaja

Hankkeen hakijana on Karhuseutu ry, joka on perustettu vuonna 1997 ja sen jäsenmäärä on vajaa 200. Karhuseutu ry:n tarkoituksena on toimia eri tahojen yhteistyön lisäämiseksi ja verkostoitumiseksi, paikallisten palveluiden säilyttämiseksi, työttömyyden vähentämiseksi, palveluiden ja työllisyyden yleisten edellytysten kehittämiseksi sekä edistää ja kehittää alueen asukkaiden ja vieraiden viihtyisyyttä kestäväen kehityksen periaattein. Toiminta perustuu paikalliseen omaehtoisuuteen. Karhuseutuun kuuluvat Porin maaseutumaiset alueet, Ulvila, Kullaa, Nakkila, Harjavalta, Kokemäki, Luvia ja Noormarkku.

Karhuseutu ry toteuttaa alueellaan MEHU-ohjelmaa - Karhuseudulle mettä ja hunajaa, jolle on saatu EU:n Leader+ rahoitus. Karhuseudun MEHU- ohjelman teemana on luonnon ja kulttuuristen voimavarojen hyödyntäminen. Teeman pohjalta on muodostettu visio:

”Karhuseutu on vuonna 2006 aktiivista maaseutua, jossa monipuolinen luonto, rikas kulttuuriperinne ja erikoistunut maatalous muodostavat perustan asukkaiden toimeentulolle ja viihtyvyydelle.”

Vision toteuttamista lähestytään kolmea linjaa: kylien aktivoimisen, matkailun kehittämisen sekä tuotannon monipuolistamisen kautta. Karhuseutu ry myöntää alueellaan MEHU-ohjelman mukaisille hankkeille Leader+ rahoitusta, josta lopullisen päätöksen tekee Satakunnan TE-keskuksen maaseutuosasto. Karhuseutu ry on lisäksi päättänyt toteuttaa toimintakautensa aikana muutaman ns. sateenkaarihankkeen, joissa on mukana useampi alueen kylä. Karhukoto-hankkeessa on kysymys kylien aktivointilinjan toteuttamisesta, joskin se pitkällä tähtäimellä palvelee myös matkailun kehittämistä ja tuotannon monipuolistamista. Uudet asukkaat kun tuovat mukanaan uutta eloa ja yrittäjyyttä.

Tässä Karhukoto sateenkaarihankkeessa hakijana ja vastuutahona toimii siis Karhuseutu ry ja vastapuolena ”kentällä” pilottikylät eri puolilta aluetta. Koko Euroopan Unionin Leader+ toiminnan ajatus on paikallinen omaehtoisuus ja aktiivisuus. Niinpä halukkaat kylät haettiin avoimella haulla, toisin sanoen millä tahansa kylällä oli mahdollisuus tulla mukaan. Kyliä on mukana maantieteellisesti ja kunnittain kattavasti. Väki kylissä on sitoutunut hankkeeseen ja valmis tekemään vapaaehtoistyötä asukashankinnan hyväksi.

Hankkeessa mukana olevat pilottikylät ovat Harjavallasta Hiirijärvi, Kokemäeltä Korkeaoja, Kullaalta Palus, Noormarkusta Kairila, Porista koko entisen Ahlaisten kunnan alue (Ahlainen, Lamppi, Kellahti) ja Ulvilasta Kaasmarkku.

Nakkilasta vastapuoleksi on halukas Nakkilan Yrittäjät ry, jonka toiminta-alueena on koko Nakkila. Nakkilassa asukashankinta ainakin alkuun tukeutuu kunnalla jo olemassa oleviin tontteihin niin, että Nakkilan Yrittäjät ovat valmiita avustamaan tulomuuttajaa alueella. Luviolla on muutama kylä esittänyt alustavaa kiinnostusta, mutta varmaa sitoumusta ei ole saatu. Hankkeen edetessä on mahdollisuus ottaa vielä muutamia aktiivisia alueita mukaan niin, että niille saadaan toteutettua esimerkiksi omat kotisivut ja esitteet ja saadaan kunnassa asumiselle ”kasvot”.

Hanketta käytännössä toteuttavat hankkeeseen palkattava vetäjä sekä pilottikyläiden aktiivitoimijat.

Hankkeen vetäjän tehtävät

- suoramarkkinointikirjeet entisille asukkaille
- printtimateriaalin suunnittelu ja tilaus yhteistyössä kyläläisten kanssa
- nettiportaalin tekemisen ja kotisivukoulutuksen ohjaaminen
- vaihtuvien asukasjuttujen kirjoittaminen nettiportaaliin
- messuosastojen hoitaminen
- mainonnan hoitaminen
- yhteydenpito yhteistyökumppaneihin; yrityksiin, kuntiin, yhteisöihin, SAMKiin
- tiedottaminen
- juttujen kirjoittaminen ja tarjoaminen eri lehdille
- avoin kylä tapahtumien järjestelyjen tukeminen
- kyliin muuttamisesta kiinnostuneiden palvelu: mm. koko perheen työ / opiskelu / harrastusmahdollisuuksien selvittäminen, rakentamiseen liittyvä avustaminen (luvat, liittymät, urakoitsijat ym.)
- Materiaalin toimittaminen ja päivittäminen MAEKin maallemuuttajan infopisteeseen

Kyläläisten talkoosuos

- omien kotisivujen suunnittelu ja teko ohjauksen alaisena, koko portaalin asunto/tonttirekisterin ylläpidon opettelu
- kotisivujen päivitys
- oman kylässä asumisen oppaan sisällön ja ulkoasun suunnittelu
- osallistuminen messuosaston ulkoasun suunnitteluun ja toteutukseen, osa-aikainen messuilla päivystäminen
- avoin kylä tapahtuman järjestäminen omassa kylässä
- kylän tontti / tilarekisterin jatkuva ylläpito
- tonttien / kylän esittely kylään muuttamisesta kiinnostuneille
- uusien asukkaiden vastaanottojärjestely

Hankkeen kohderyhmä ja hyödynsaajat

Asukashankinnan kohderyhminä ovat erityisesti asumisen ja elämisen laatuun parantamaan pyrkivät, nyt kasvukeskuksissa (lähinnä pääkaupunkiseutu) asuvat sellaiset henkilöt, joilla on mahdollisuus etätöihin tai jotka suunnittelevat yrittäjäksi ryhtymistä tai yrittäjät jotka haluavat edullisemman yritys ympäristön. Lisäksi kohderyhmänä ovat sellaiset osaajat, joista Karhuseudun työnantajilla on pulaa. Myös eläkeläisten paluumuutto vahvistaisi pitkällä tähtäimellä seudun tulomuuttoliikennettä. (Seuraavat sukupolvet tutustuvat seutuun ja mahdollisesti muuttavat perässä.)

Koko seutu saa hankkeen avulla myönteistä valtakunnallista näkyvyyttä. Karhuseudusta muodostuu mielikuva erinomaisena paikkana asua ja yrittää. Erityisesti kasvukeskuksissa asuvat ihmiset oppivat sijoittamaan Karhuseudun Suomen kartalle ja huomaavat sen edullisen sijainnin ja hintatason kasvukeskuksiin nähden. Karhuseudusta tulee muuttoa harkitseville ihmisille todellinen ja helppo vaihtoehto. Tietoa ja palvelua muuttoa miettiville on helposti saatavissa netin välityksellä ja puhelimitse. Karhuseudulla on ihminen, joka selvittää muuttoa miettiville heidän tarvitsemiaan asioita; puolison työpaikkaa, lasten koulua, päivähoitoa, harrastusmahdollisuuksia, rakentamiseen tai remontointiin liittyviä palveluita ym.

Hankkeesta hyötyvät Karhuseudun kunnat, yritykset ja hankkeen pilottikylät. Kylät saavat uusia asukkaita, ja niiden elinvoima kasvaa. Ihmiset ovat tervetulleita myös muille kuin pilottialueille, eli sinne, mistä löytyy juuri heidän tarpeitaan vastaava asunto tai yritystila. Tarkoitus on tukeutua olemassa olevaan yhdyskuntarakenteeseen, ei rakentaa uusia taajamia tai kyliä. Kunnat saavat uusia aktiivisia, hyvin toimeentulevia asukkaita ja yrittäjiä, joiden tuomalla verotulollakin on pidemmän päälle merkitystä. Uusista asukkaista hyötyvät tietysti kaikki alueen yritykset, mutta hankkeen alkuvaiheessa etenkin hankkeen yhteistyökumppanit, jotka näkyvät siellä missä hankekin. Hyötyjinä voidaan pitää esimerkiksi asunto/remonttilainaa tarjoavaa pankkia, kaupoissa avustavaa kiinteistövälitystä, rakentamiseen liittyviä palveluja tarjoavia yrityksiä, työvoimapulasta kärsiviä yrityksiä ym.

Hankkeesta hyötyvät lisäksi tulomuuttajat. He saavat itselleen ja mahdollisille lapsilleen turvallisemman ja väljemmän asuin ympäristön, joskin joutuvat tinkimään palveluista. Muuttamista suunnitteleville tarjotaan realistinen kuva asumisesta Karhuseudulla. Palveluissa on huomattavia eroja riippuen siitä, minkä alueen muuttaja valitsee kotinsa sijaintipaikaksi. Kun ihmiset tietävät, mihin ovat tulossa, he myös säästyvät pettymyksiltä ja asettavat odotuksensa todellisuutta vastaaviksi. Kysymys on arvovalinnoista, haluaako ihminen R-kioskin, uimarannan, mustikkametsän, luomuviljelmän vai elokuvateatterin kotinsa viereen.

Hankkeen jälkeen

Karhukoto II hanke on toivottavasti tarvittava alkusysäys Karhuseudun ja koko Satakunnan maakunnan asukashankinnan aktivoimiseen. Kahdeksan kylän alueet muodostavat vain pienen osan koko Karhuseudusta, mutta jo niiden kautta koko seutu saa tunnettuutta ja näkyvyyttä valtakunnallisesti. Muuttopäätöksen tekeminen ei ole yksiselitteinen eikä helppo päätös, etenkin kun on kysymys muuttamisesta maantieteellisesti etäälle vanhasta asuinpaikasta. Kuitenkin jos tässä saadaan pää auki samanaikaisesti kun kuntien elinkeinotoimet tekevät työtä yritys ympäristön parantamiseksi, on lumipalloilmiö mahdollinen.

Karhukoto II –hankkeen kokemusten perusteella suunnitellaan jatkohanke, joka jatkaa II –vaiheen työtä, mutta keskittyy messujen ja suoramarkkinoinnin sijaan ns. tulomuuttopalveluun.

Hanke pilotoi myös koko maakunnan yhteistä tulomuuttohanketta. Satakuntaliitto suunnittelee koko maakuntaa kattavaa mikset muuttaisi Satakuntaan –hanketta, jonka suunnittelussa käytetään Karhukoto esiselvityksen ja markkinointi hankkeiden tuloksia ja kokemuksia. Karhukoto markkinointihankkeen jatkoa suunnitellaan mahdollisesti yhdistettäväksi maakunnalliseen hankkeeseen, mikäli alueen muut seutukunnat saadaan samalla tavoin mukaan. Toinen vaihtoehto on, että maakuntaliiton hanke markkinoi ja kouluttaa, ja seutukunnat toteuttavat alueillaan kukin omia käytännön muuttajapalveluhankkeita.

Hankkeen kustannukset ja rahoitus

Hankkeen kustannukset ovat ensimmäisenä vuotena 85 000. Jos hankkeelle saadaan 80 prosenttinen julkinen tuki, jakautuvat kustannukset ja rahoitus seuraavasti:

Kuluerittely 2003

| | |
|---|----------|
| <u>Palkat ja sivukulut</u> | 30 000 e |
| <u>Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut</u> | 36 100 e |
| <u>Matkakulut</u> | 5 000 e |
| <u>Luontoissuoritukset, talkootyö</u> | 8 000 e |
| <u>Muut kustannukset</u> | |
| <u>toimistokulut</u> | 4 200 e |
| <u>muut</u> | 1 700 e |
| <u>Yhteensä</u> | 85 000 e |

Rahoitussuunnitelma 2003

| | |
|-------------------------------------|----------|
| <u>TE-keskus, valtio + EU</u> | 54 400 e |
| <u>Kunnat</u> | 13 600 e |
| <u>Julkinen raha yhteensä</u> | 68 000 e |
| <u>Yksityinen rahallinen osuus</u> | 9 000 e |
| <u>Luontaisuuoritus, talkootyö</u> | 8 500 e |
| <u>Yksityinen rahoitus yhteensä</u> | 17 000 e |
| <u>Kokonaisrahoitus</u> | 85 000 e |

Hankesuunnitelmassa käytetyt kirjallisuuslähteet:

Kauko Aronen ja Markku Fagerlund, Suomen Kuntaliitto 1999. Maaseutu- ja kaupunkipolitiikan yhteensovitus, taustaraportti Suomen Kuntaliiton hallituksen maaseutu ja kaupunkipolitiikan yhteensovituksen periaatteita käsittelevälle päätökselle 18.11.98

LEADER magazine – Maaseudun (uudelleen) asuttaminen. Kevät 2000 nro 22.

Merja Haliseva-Soila: Maaseudun uudet asukkaat. Seinäjoki 1993

Marja Mattlar: Miksi muutin kaupungista maalle? Nainen maaseudun vaikuttajana –seminaari 8.-10.9.1988 Mikkeli
Maaseutuyrittäjyyden edistämiskeskuksen hankesuunnitelma 2002

Merja Paunikallio: Nuoret maaseudun ja kaupungin vuorovaikutuksessa. Sarja B23. Lähde Uudistuva Maaseutu, Tiedotuslehti 1/2002

Karhukoto II kustannussuunnitelma 2003 – 2004

Kustannukset 2003

| | |
|---|----------|
| <u>palkat sivukuluineen</u> | 34 000 e |
| <u>gsm-puhelin</u> | 200 e |
| <u>puhelin ja internet kulut</u> | 2 000 e |
| <u>toimistokulut (toimistosähkö, koneen vuokra)</u> | 1 000 e |
| <u>kopiointi, postitus</u> | 200 e |
| <u>suoramarkkinointikirjeet + postitus</u> | 1 000 e |
| <u>kirjanpito</u> | 1 200 e |
| <u>matkakulut + yöpymiset</u> | 5 000 e |
| <u>Satakunnan ammattikorkeakoulun tutkimus</u> | 600 e |
| <u>internet- portaalin toteutus + kotisivukoulutus</u> | 7 000 e |
| <u>painokustannukset</u> | 10 000 e |
| <u>messuosastot sisustus, rakentaminen</u> | 100 e |
| <u>messuosastot</u> | 4 000 e |
| <u>mainonta lehdissä ja radiossa</u> | 10 000 e |
| <u>väestökisterikeskuksen osoitepalvelut</u> | 3 000 e |
| <u>avoin kylä tapahtumien järjestäminen (talkootyö)</u> | 4 000 e |
| <u>ohjausryhmän kokoontuminen + tiedotustilaisuudet</u> | 700 e |
| <u>muut kulut</u> | 1 000 e |
| | |
| <u>yhteensä</u> | 85 000 e |

Kuluerittely 2003

| | |
|---|----------|
| <u>Palkat ja sivukulut</u> | 34 000 e |
| <u>Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut</u> | 36 100 e |
| <u>Matkakulut</u> | 5 000 e |
| <u>Luontoissuoritukset, talkootyö</u> | 4 000 e |
| <u>Muut kustannukset</u> | |
| <u>toimistokulut</u> | 4 200 e |
| <u>muut</u> | 1 700 e |
| | |
| <u>Yhteensä</u> | 85 000 e |

Rahoitussuunnitelma 2003

| | |
|-------------------------------------|----------|
| <u>TE-keskus, valtio + EU</u> | 61 200 e |
| <u>Kunnat</u> | 15 300 e |
| <u>Julkinen raha yhteensä</u> | 76 500 e |
| <u>Yksityinen rahallinen osuus</u> | 4 500 e |
| <u>Luontaisuuoritus, talkootyö</u> | 4 000 e |
| <u>Yksityinen rahoitus yhteensä</u> | 8 500 e |
| <u>Kokonaisrahoitus</u> | 85 000 e |

Kustannukset 2004

| | |
|---|-----------------|
| <u>palkat sivukuluineen</u> | 34 000 e |
| <u>puhelin ja internet</u> | 2 000 e |
| <u>toimistokulut</u> | 1 000 e |
| <u>kopiointi, postitus</u> | 200 e |
| <u>kirjanpito</u> | 1 200 e |
| <u>matkakulut, yöpymiset</u> | 3 000 e |
| <u>internet portaalin ylläpito</u> | 500 e |
| <u>painokustannukset</u> | 1 000 e |
| <u>messuosastot</u> | 3 000 e |
| <u>mainonta</u> | 10 000 e |
| <u>kylätapahtumat, talkootyö</u> | 2 000 e |
| <u>ohjausryhmä, tiedotustilaisuudet</u> | 700 e |
| <u>muut kulut</u> | 1 400 e |
| <i>Yhteensä</i> | <i>60 000 e</i> |

Kuluerittely 2004

| | |
|---|-----------------|
| <u>Palkat ja sivukulut</u> | 34 000 e |
| <u>Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut</u> | 15 700 e |
| <u>Matkakulut</u> | 3 000 e |
| <u>Luontoissuoritukset, talkootyö</u> | 2 000 e |
| <u>Muut kustannukset</u> | |
| <u>toimistokulut</u> | 3 200 e |
| <u>muut</u> | 2 100 e |
| <u>Yhteensä</u> | <u>60 000 e</u> |

Rahoitussuunnitelma 2004

| | |
|---------------------------------------|-----------------|
| <u>TE-keskus, valtio + EU</u> | 43 200 e |
| <u>Kunnat</u> | 10 800 e |
| <u>Julkinen raha yhteensä</u> | 54 000 e |
| <u>Yksityinen rahallinen osuus</u> | 4 000 e |
| <u>Luontoissuoritukset, talkootyö</u> | 2 000 e |
| <u>Yksityinen rahoitus yhteensä</u> | 6 000 e |
| <i>Kokonaisrahoitus</i> | <i>60 000 e</i> |

Kustannusrakenne ja rahoitus yhteensä v 2003 – 2004

| Kustannusrakenne | v 2003/e | v 2004/e | Yhteensä e |
|---|----------|----------|------------|
| <u>Palkat ja sivukulut</u> | 34 000 | 34 000 | 68 000 |
| <u>Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut</u> | 36 100 | 15 700 | 51 800 |
| <u>Matkakulut</u> | 5 000 | 3 000 | 8 000 |
| <u>Luontoissuoritukset, talkootyö</u> | 4 000 | 2 000 | 6 000 |
| <u>Muut kustannukset</u> | | | |
| <u>toimistokulut</u> | 4 200 | 3 200 | 7 400 |
| <u>muut</u> | 1 700 | 2 100 | 3 800 |
| <u>Yhteensä</u> | 85 000 | 60 000 | 145 000 |
| | | | |
| Rahoitus | v 2003/e | v 2004/e | Yhteensä e |
| <u>TE-keskus, valtio + EU</u> | 61 200 | 43 200 | 104 400 |
| <u>Kunnat</u> | 15 300 | 10 800 | 26 100 |
| <u>Julkinen raha yhteensä</u> | 76 500 | 54 000 | 130 500 |
| <u>Yksityinen rahallinen osuus</u> | 4 500 | 4 000 | 8 500 |
| <u>Luontaisuuritukset, talkootyö</u> | 4 000 | 2 000 | 6 000 |
| <u>Yksityinen rahoitus yhteensä</u> | 8 500 | 6 000 | 14 500 |
| <u>Kokonaisrahoitus</u> | 85 000 | 60 000 | 145 000 |