

Laajasalon ostoskeskus-hanke

YHTEENVETO/ OSALLISTAMINEN

Nuorisoasiainkeskus &
Kaupunginkirjasto & Franz Design

27.4. Nykyasiakaskunta, työpaja

17.5. Kumppanit ja paikallistoimijat, työpaja

20.4. Lapset, työpaja

8.4. – 7.5. Nuoret, verkkokysely

Helsinki

Kirjastosuunnittelun tulokset

- 1) Näkökulma - Perheiden palvelut
- 2) Näkökulma – Alueellisuus ja yhteisöllisyys
- 3) Näkökulma - Mies kirjastossa
- 4) Näkökulma - Tekemiseen kannustava tila
- 5) Näkökulma- Tilat ja palvelut viestivät
- 6) Näkökulma - Kirjashoppailu

NÄKÖKULMA: PERHEIDEN PALVELUT

Asiakasprofiileja: Äitiyslomalla oleva äiti & yhteistä vapaa-ajan tekemistä etsivä perhe

Tärkeimmät tarpeet:

Tilat pitäisi suunnitella tukemaan kokeilemistä, oppimista, liikkumista ja tutkailemista – ei vain lukemista (*kommentit nykyiseen palveluun*). Lasten alueen suunnittelussa tulisi huomioida myös aikuisten tarpeet, sillä käyntejä tehdään paljon koko perheen kanssa yhdessä (*uusi malli*). Toivottiin myös lisää yhteistyötä ja verkottumista eri kumppanien kanssa. Nähtiin, että kirjaston olisi helpompi toteuttaa monipuolisia tapahtumia ja aktiviteetteja yhdessä muiden toimijoiden kanssa (*miten toiminnan tulisi olla organisoitu*). Lukemisen edistämistä pidettiin edelleen tärkeänä, mutta toivottiin myös enemmän sisältöjä koskien pelaamista ja mediassa toimimista (*uusi malli*). Haluttiin että aineisto on houkuttelevimmin esillä (*kommentit nykyiseen palveluun*).



NÄKÖKULMA: PERHEIDEN PALVELUT

Asiakasprofiileja: Äitiyslomalla oleva äiti & yhteistä vapaa-ajan tekemistä etsivä perhe

Asiakkaan suulla:

- ”Odottavat äidit kaipaavat yhdessä tekemistä ja kokoontumisen mahdollisuutta, iltapäivät ovat tappotylsiä, iltapäiväaktiviteetteja pitäisi olla enemmän lähistöllä, ja kirjasto olisi hyvä paikka”.
- ”Star Wars-päivä Hertsikan kirjastossa jäi mieleen, koska siellä oli paljon rentoa yhdessäoloa, tuli tavattu entuudestaan tuntemattomia hyvän asian merkeissä, mukana oli myös järjestö, mielekästä tekemistä lapsille”.
- ”Museoissa, esim. kaupunginmuseon ”Lasten kaupunki”-tilassa lapsia ajatellaan kokonaisvaltaisemmin, Lasten kaupunki on luotu kokonaiseksi maailmaksi, se ei ole museoesineiden (tai kirjaston tapauksessa kirjojen) esittelypiste, vaan siellä voi eläytyä ja heittäytyä, lapsi löytää helposti fiksua tekemistä ja puuhaa niin, ettei häntä tarvitse itse olla viihdyttämässä tai kaitsemassa”.
- ”Pidempiaikainen kirjastossa hengailu edellyttää tilavat vessat, lokerikot, ruoan lämmityspisteen ja eväidensyöntimahdollisuuden”



NÄKÖKULMA: ALUEELLISUUS JA YHTEISÖLLISYYS

Asiakasprofiileja: Hiilijalanjäljen pienentämisestä kiinnostunut Laajasalo-fani & paikallisesta ruokapiiristä haaveileva perheenäiti

Tärkeimmät tarpeet:

- Asiakkaat mieltävät Laajasalon omana saarena ja yhteisönä, missä voi toimia monella tavalla ja tehdä yhteisen hyvän eteen sen verran kuin itse haluaa. Asukkaana on vaikea saada kokonaiskuva ja käsitys siitä, mitä kaikkea alue tarjoaa ja minkälaisia mahdollisuuksia tekemiseen on olemassa (*kommentit nykyisiin palveluihin*). Asukkaat toivoivat, että uusista kirjaston ja NK:n tiloista voisi muodostua sellainen saaren laituri & keskuspaikka, mistä saisi helposti tiedon siitä, mitä Laajasalossa tapahtuu, koski se sitten yhteissaunailtoja, kokoontumisia, paikallista vaikuttamista, talkoita, pajoja, luontoretkiä, kirppareita tai piknikkejä (*uusi malli*). Osa asiakkaista visioi, että tilat voisivat jopa toimia kasvualustana alueen omaehtoiselle toiminnalle, jeesaten asukkaita löytämään verkostoja, jakamaan tietoja ja taitoja sekä muuttamaan omat ideansa todellisuudeksi tarjoten samalla nautintoa tekemisestä. (*uusi malli*).



NÄKÖKULMA: ALUEELLISUUS JA YHTEISÖLLISYYS

Asiakasprofiileja: Hiilijalanjäljen pienentämiseen kiinnostunut Laajasalo-fani & paikallisesta ruokapiiristä haaveileva perheenäiti

Asiakkaan suulla:

- “Crossover-tapahtumia, eli eri alueen toimijoiden kanssa yhdessä järjestettyjä tapahtumia”
- ”Tietojen ja taitojen jakaminen myös tärkeää, olisi kiva tietää esim. jos joku lähistöllä olisi valmis opettamaan lapselle viulunsoittoa, ihan vaikka maksua vastaan, esim. lippulappuseinät ja yhteisölliset seinät (vaikka taideseinätkin) olisivat tervetulleita”
- “Yhteisöllisiä seiniä, kohtaamista ja jakamista ruokkivia juttuja, voi olla myös luovuuteen perustuvia, ei tarvitse aina lähestyä hyötynäkökulmasta”
- ”Yhdessä–teemapäivä”, kaikki alueen toimijat olisivat esillä, ”messupäivä”, yhdistyksillä ja järjestöillä mahdollisuus esitellä toimintaansa, voisi kytkeä aina johonkin ajankohtaiseen teemaan
- Keskuspaikka, mistä saisi helposti tiedon siitä, mitä alueella tapahtuu, Tämän voisi toteuttaa digiratkaisuna (esim. digitaalinen seinä, mobiilisovellus) ja/tai fyysisesti tilaan, ”Saarella tapahtuu” – tyylisesti”
- ”Yhdessä = mahdollistaa ja tukea kirjaston käyttäjien keskinäistä vuorovaikutusta ja yhteistyötä”



NÄKÖKULMA: MIES KIRJASTOSSA?

Asiakasprofiileja: Pelaamisesta ja leffoista kiinnostunut poika & kiireinen perheen isä, joka haluaa työskennellä samalla kun lapsi leikkii

Tärkeimmät tarpeet:

- Yleisesti miesasiakkaat lainaavat naisia vähemmän, mutta viihtyvät kirjastossa pidempään. On kirjoja, joita on lainattu vain miehen kirjastokortilla. Helsinkiläisistä kirjastokortin käyttäjistä 38 prosenttia on miehiä ja 62 prosenttia naisia.
- Miesten näkökulmasta kirjaston pitäisi tarjota enemmän mahdollisuuksia tutustua musiikkiin, elokuvaan, pelaamiseen, e-lehtiin ja jännitys- sekä tietokirjoihin. Esim. tapahtumatarjontaan toivottiin yhteisreffailtoja, peli- ja koodausaiheita novellikoukua ja satutuntien rinnalle (*kommentit nykyiseen palveluun*). Miehillä olisi tärkeää, että kirjastosta löytyisi viihtyisiä työskentely- ja pelitiloja/pisteitä. Työ- ja pelitila pitää sisällään myös muuta kuin pelkän fyysisen tilan, se muodostuu oheispalveluista (esim. ryhmätyöhuoneet, tulostaminen) tunnelmasta, työtilaa käyttävistä muista ihmisistä ja yhteisöstä (*uusi malli*). Kirjaston nykyisiä työtiloja kritisoitiin koviksi ja epäviihtyisiksi (*kritiikki*). Monet toivoivat, että työskentelytilat olisivat joustavia ja muunneltavissa tarpeen mukaan (*kommentit nykyiseen palveluun*).



NÄKÖKULMA: MIES KIRJASTOSSA?

Asiakasprofiileja: Pelaamisesta ja leffoista kiinnostunut poika & kiireinen perheen isä, joka haluaa työskennellä samalla kun lapsi leikkii

Asiakkaan suulla:

- ”Olisi mukavaa, että uudessa kirjastossa olisi miehille suunnattu pajatila, jossa voisi olla laitteita esimerkiksi puutöiden tekemiseen. Pajatilassa voisi vetää myös erilaisia kursseja. VHS-elokuvien, diakuvien ja levyjen digitointipiste olisi myös hyvä”.
- ”Tietokonealueella on vain kahdeksan paikkaa, mutta vain kolmea niistä voi käyttää pelaamiseen, miksi pelaaminen on niin tiukasti rajattua?”
- ”Sanomatalossa on tarjolla hienoja etätyöskentelypisteitä, sellaisia pitäisi olla kirjastossakin, niille olisi iso tarve Laajasalossa, ja voisin tosi hyvin käyttää niitä”.
- ”Uudessa kirjastossa voisi olla enemmän tulevaisuuden tutkimusta, tulevaisuuden trendejä käsittelevää aineistoa. Tällaista aineistoa voisi olla käsikirjastokokoelmana jossain viihtyisässä työpistesopissa, jossa ihmiset voisivat ideoida ja kehittää esimerkiksi omia blogeja, ideoita, prototyyppejä tai muita vastaavia toimintoja”.



NÄKÖKULMA: TEKEMISEEN KANNUSTAVA TILA

Asiakasprofiileja: Työskentelytiloja etsivä freelancer & yksinäinen yrittäjä, joka haluaa jakaa tietoja ja kohdata samassa tilanteessa olevia

Tärkeimpiä tarpeita:

- Uuteen tilaan toivottiin aiempaa enemmän luovan tekemisen, työskentelyn ja kokeilemisen mahdollisuuksia (*kommentit nykyisiin palveluihin*). Yksi asiakkaista ehdotti, voisiko tapahtumat ja aktiviteetit tuoda useammin keskelle kirjastotilaa, jotta kuka tahansa voisi helposti bongata ne ja tulla mukaan (*kommentit nykyisiin palveluihin*). Monet haastatelluista kaipasivat mahdollisuutta harrastaa tai ”tehdä omaa juttuaan” – minkälaisia työvälineitä ja tiloja kirjasto + nk voisivat tarjota tähän? Voisiko osan harrastusvälineistä ja työkaluista myös saada lainaan uuteen tilaan perustettavasta ”(tavara)lainaamosta”? (*uusi malli*) Laajasalolaiset tarvitsevat myös monipuolisia työskentelymahdollisuuksia, joihin kirjaston perinteinen lukusali-malli ei vastaa. He odottavat voivansa työskennellä kahvilamaisessa ja mukavassa ympäristössä, joka ei pakota toimimaan vain yhdellä tavalla (*miten toiminnan tulisi olla organisoitu*).



NÄKÖKULMA: TEKEMISEEN KANNUSTAVA TILA

Asiakasprofiileja: Työskentelytiloja etsivä freelancer & yksinäinen yrittäjä, joka haluaa jakaa ja vastaanottaa

Asiakkaan suulla:

- “Laajalla variaatiolla työskentelytiloja aikuisille”
- “Kirjasto Kymässä on esiintymislava, jossa on paljon asukkaiden ja kumppaneiden itse järjestämiä tapahtumia, sellainen olisi kiva saada uuteen kirjastoon, stagen pitäisi Laajasalossakin ehdottomasti olla asiakkaidenkin käytettävissä, monet olisivat varmasti valmiita tuomaan omia tapahtumia kirjastoon, jos tietäisivät, että se on mahdollista, nyt markkinointi ei ole ihan parasta mahdollista”
- “Moderneja työvälineitä (esim. 3d-tulostimia, digi-ompelukoneita, multimedia-asemia, grafiikkaohjelmia, vinyylileikkureita). Pajatoimintaa varten tarvittaisiin lisää työkaluja”
- “Onko mahdollista lainata joitain työvälineitä kirjastosta? Onko varastointitiloja?”
- “Enemmän tekemisen ja osallistumisen mahdollisuuksia, ja tila kauttaaltaan sellainen, joka aktivoi”
- “Mahdollisuus harrastaa taidetta ja tiloja luovaan tekemiseen”
- “Perjantai-presentaatiot, kuka tahansa saa tulla pitämään presentaation jostain asiasta, mistä tietää ja haluaa kertoa muille (vertaisoppiminen), ensimmäisinä kertoina yhteistyönä joidenkin yritysten kanssa, jotta konsepti olisi vetovoimainen”



NÄKÖKULMA: TILAT JA PALVELUT VIESTIVÄT

Asiakasprofiileja: Tapahtumista kiinnostunut elämysjanoinen & kiireinen, tehokkaita ja selkeitä itsepalvelumahdollisuuksia etsivä piipahtaja

Tärkeimpiä tarpeita:

- Asiakkaat kaipasivat lisää aktiivista viestintää, selkeämpää palveluiden sijoittelua tilassa, uusien palvelujen parempaa markkinointia ja uusia kanavia tapahtumamarkkinoinnille, mm. somea (*kommentit nykyisiin palveluihin*). He pitivät myös henkilökuntaa kirjaston tärkeänä viestinviejänä. Kirjasto kutsuu itseään kulttuurin tavarataloksi, josta löytyy jokaiselle jotakin – mutta asiakkaat toivoivat, että juuri ”löytämispuolta” helpotettaisiin paremmilla opasteilla ja näkyvyydellä (*kritiikki*). Entä voisivatko opasteet olla mielenkiintoisia, luovia? Voisivatko ne kertoa tarinaa? Voisiko opasteissa ja tilaviestinnässä näkyä kirjaston positiiviset arvot, esim. luotettavuus, kiltteys, helppous ja tasa-arvo? (*uusi malli*)



NÄKÖKULMA: TILAT JA PALVELUT VIESTIVÄT

Asiakasprofiileja: Tapahtumista kiinnostunut elämysjanoinen & kiireinen, tehokkaita ja selkeitä itsepalvelumahdollisuuksia etsivä piipahtaja

Asiakkaan suulla:

- “Kirjaston tapahtumista ja palveluista on tällä hetkellä vaikea löytää tietoa, aktiivisempaa markkinointia ja enemmän läsnäoloa someen”
- “Tapahtumista enemmän tietoa sosiaaliseen median”
- “Tilassa on vaikea löytää asioita, uudessa kirjastossa opasteiden pitää olla selkeitä ja hyviä, ja voisi olla muutakin kuin ohjeita ja kieltoja”
- “On saanut ihan hyvää palvelua kirjastossa, mutta usein tuntuu, että henkilökuntaa ei sillä lailla kiinnosta, ei tiedä, mitä työntekijöiltä voi kysyä”
- “Sosiaalisessa mediassa kirjaston pitäisi olla aktiivisempi ja muutenkin panostaa markkinointiin”
- “Yhteisölliset seinät ja liitutaulu-ajatukset tosi hyviä, ylipäättään kysymys siitä, miten luodaan tilaan positiivista tunnelmaa ja kannustetaan tilallisten viestien kautta ihmisiä hyviin tekoihin on kiinnostava”



NÄKÖKULMA: KIRJASHOPPAILU

Asiakasprofileja: Kiireinen ja valikoiva itsensä kehittäjä & inspiraatiota arkeen etsivä ikäihminen

Tärkeimmät tarpeet:

- Asiakkaat haluaisivat, että kirjastossa kirjat ja kokoelma olisivat esillä ”kirjakauppamaisesti järjestettynä” ja siinä olisi visuaalista näyttävyttä (*kommentit nykyiseen palveluun*). He toivoivat, että valikoiman painotuksia, ajankohtaisia aiheita ja suosituksia voisi tuoda esiin näkyvämmiin ja houkuttelevammin - myös muuttaa perinteistä hyllyjärjestystä. Teemat ja aihealuenostot houkuttelisivat lukemaan, mutta niitä on vaikea hahmottaa kirjastosta, ja sen takia monet vain hakevat haluamansa teokset ”sivuilleen vilkuilematta”. Kirjaston tutut kirjanäyttelyt ja vitriinit koettiin tylsinä (*kritiikki*). Asiakkaat kaipasivat enemmän ammattitaitoisen henkilökunnan tai muiden asiakkaiden suosituksia, ja nimen kanssa. Monille oli tärkeää henkilökohtainen puhuttelevuus: lukusuositukset tai uutuuksien markkinointi omien kiinnostusten kohteiden perusteella (*uusi malli*).



NÄKÖKULMA: KIRJASHOPPAILU

Asiakasprofileja: Kiireinen ja valikoiva itsensä kehittäjä & inspiraatiota arkeen etsivä ikäihminen

Asiakkaan suulla:

- ”Mallia kaupalliselta puolelta, miten laitetaan myyvästi esille, aiheen mukaista rekvisiittaa, ettei ole pelkkää pöytää ja kirjaa”
- ”Toisten vanhempien kirjasuosituksia näkyvissä, ja myös lastenkirjauutuuksista olisi kiva saada enemmän tietoa, miten kirjasto voisi tuoda esiin niitä, voisiko niistä järjestää muuten jotain julkkari/ esittelytapahotumia?”
- ”Nykyinen kirjastotila varastonomainen”
- ”Verrattuna kirjakauppaan, kirjasto on jäljessä aineistojen esittelyssä, tarvittaisiin lisää temaattisia esittelyjä ja lukusuositusten jakamista jollain kivalla ja käytännöllisellä tavalla, esim. suositushyllyt, kirjojen välissä pilkottavat kirjeet, liitutaulut?”
- ”Tämän hetkinen kokoelma vähän seisahtanut.”







1. Missä näistä tiloista viihtyisit parhaiten?

Tila 1.



16,67%

Tila 2.



12,50%

Tila 3.



20,83 %

Tila 4.



47,92%

Tila 5.



2,08%

2. Mikä näistä tiloista saa sinut innostumaan?



3. Missä näistä tiloista viettäisit mieluiten aikaa ystäväsi kanssa?

Tila 1.



18,75 %

Tila 2.



33,33%

Tila 3.



25%

Tila 4.



22,92 %

4. Missä näistä ulkotiloista viihtyisit parhaiten?



5. Missä näistä keittiöistä kokkailisit mieluiten?

Keittiö 1.



Keittiö 2.



Keittiö 4.



Keittiö 5.

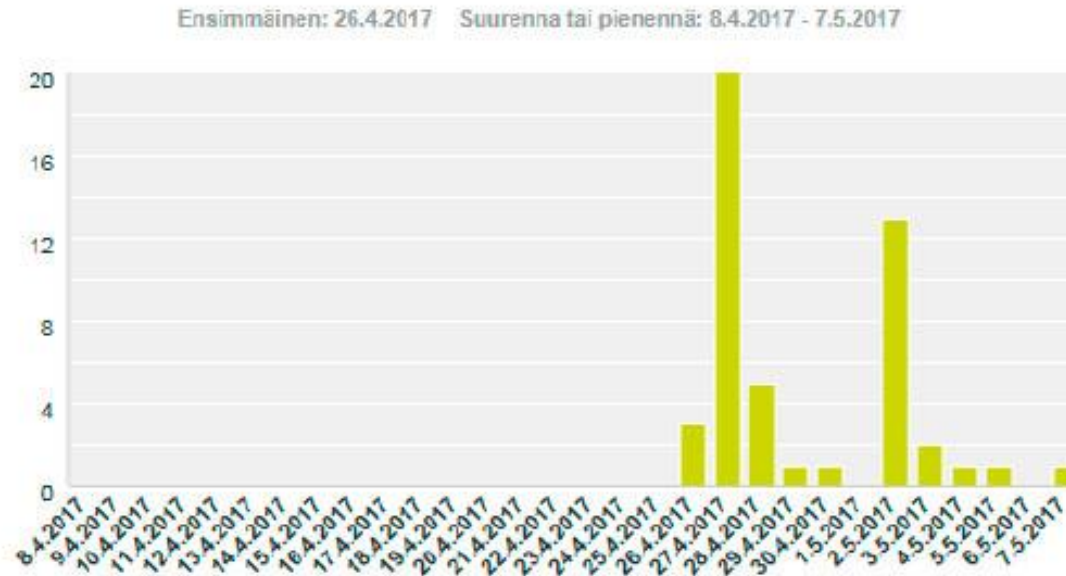


Keittiö 6.



Vastaukset päivittäin

Vastaukset (päivittäin)



Verkkokyselyyn vastasi yhteensä 48 nuorta 12 päivän aikana.

Kiitos.