



Euroopan unionin
osarahoittama



TURKU

TURKU AMK



Kokeilulabra- kokeilu

Circular Tiedepuisto



TURKU
ÅBO

Kokeilulabra

Kuva: Turun kaupunki & Lundén Architecture Company

Kokeilulabra

Kokeilun sisältö

Kokeilulabrassa testattiin Living lab –konseptia erilaisilla keinoilla eri kohderyhmille:

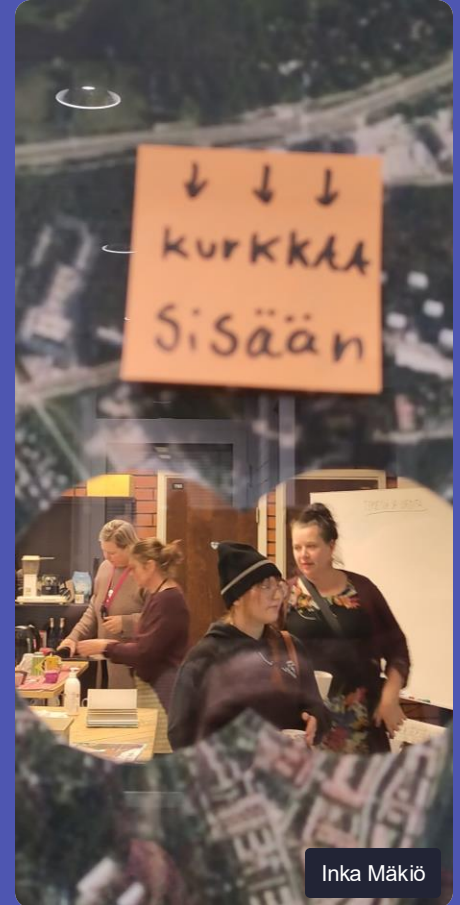
1. Pop-up toiminta puistossa
2. Pop-up toiminta kampuksella
3. Väliaikainen tila

Kokeilun toteuttajat ja partnerit

Kokeilulabran käytännön toteutusta tekivät opiskelijat. Väliaikainen tila saatiin käyttöön Turun Teknologiakiinteistöiltä nimellistä vuokraa vastaan.

Kokeilun kohderyhmä

1. Asukkaat
2. Opiskelijat
3. Työssäkävijät ja yritykset





Tavoitteet

Mitä haluttiin saavuttaa?

- Haluttiin madaltaa eri kohderyhmien kynnystä osallistua Tiedepuiston kehittämiseen.
- Haluttiin kokeilla living labia, joka toimisi lähes täysin opiskelijavoimin.
- Haluttiin tehdä yhteistyötä eri toimijoiden kanssa toteutuksen mahdollistamiseksi.
- Haluttiin esitellä alueella tehtäviä kiertotalouden kokeiluita.

Kokeilulabra toukokuu 2024 - huhtikuu 2025

Toteutus

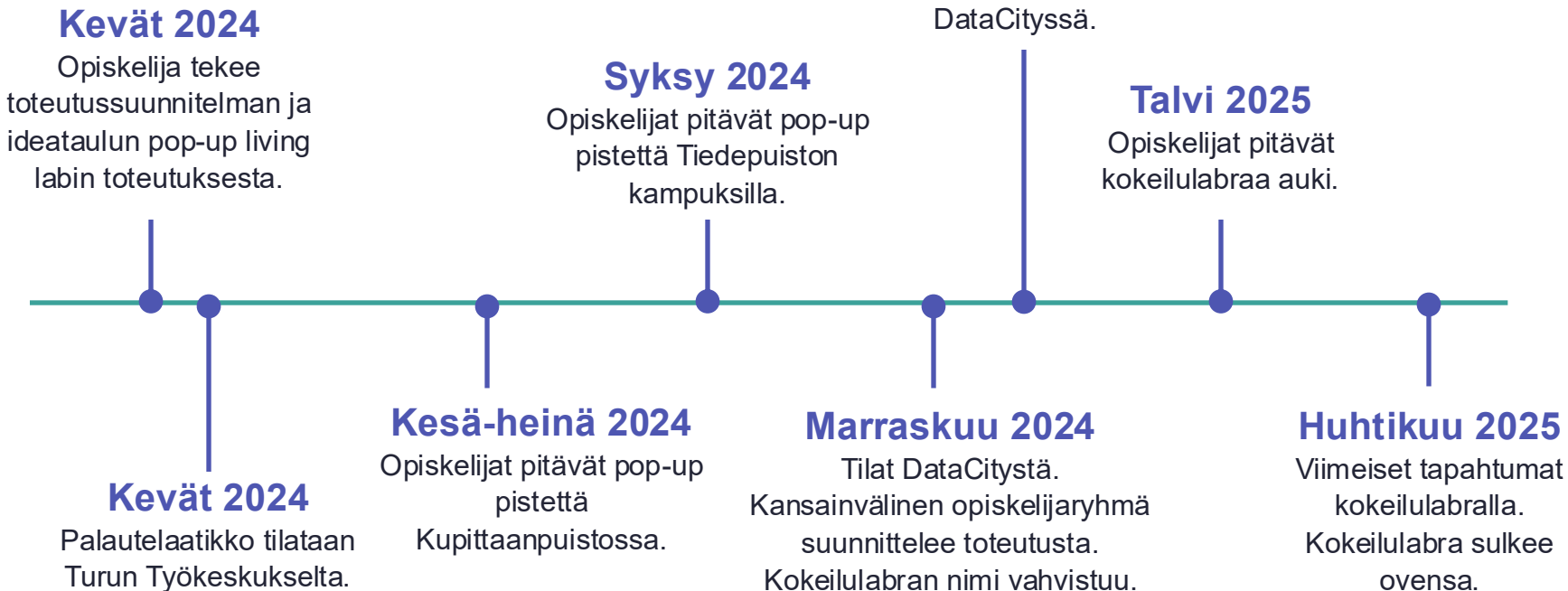
Mitä kokeilussa tehtiin?

- Living labin pop-up pisteelle tehtiin toteutussuunnitelma. Kevät 2024
- Pop-up Kupittaaanpuistossa asukkaille. Kesä 2024
- Pop-up Tiedepuiston kampuksilla opiskelijoille. Syksy 2024
- Tilat DataCitystä, kv-opiskelijaryhmä suunnitteli tilan sisustusta ja toimintoja. Talvi 2025
- Avajaiset 18.12.2024, kohderyhmänä yritykset ja alueen työssäkävijät
- Kokeilulabran viestintäsuunnitelma
- Tila auki 18.12.2024 - 30.4.2025

Circular Tiedepuiston kokeilujen dokumentointi



Kokeilun aikataulu ja toimenpiteet





Muuttujat

Millaisia asioita kokeilussa mitattiin ja miten se tehtiin?

- Kuinka paljon ihmisiä kokeilulabrassa vieraili. Mitattiin laskemalla kävijät.
- Palautetta Tiedepuiston kehittämisestä kerättiin palautelaatikkoon.

Ennuste

Minkälaisia vaikutuksia kokeilulla ajateltiin olevan?

- Kohderyhmällä tulee olo, että he voivat vaikuttaa alueen kehitykseen.
- Saadaan tietoa minkälaisen Tiedepuiston eri kohderyhmät haluavat.
- Yritykset ja muut toimijat kiinnostuvat Tiedepuiston mahdollisuuksista.

Lopputulos ja päätelmät

- Pop-up toiminta saavuttaa helposti kohderyhmiä, koska sen voi pystyttää sinne missä kohderyhmät liikkuvat.
- Väliaikainen tila on syytä olla kohderyhmän luontevien kulkureittien varrella.
- Tekeminen kutsuu ja sitouttaa, pelkkä keskustelumahdollisuus ei saa pysähtymään.



Oliko kokeilu onnistunut?
Mitä uutta tietoa se toi?

Mitä kokeilussa selvisi? Ovatko tulokset luotettavia?

