

# **Malmgård - Planering av en trivsammare gårdsmiljö som stöd för turismen**

Karin Wikström

Examensarbete för hortonom YH-examen

Utbildningsprogrammet för landsbygdsnäringsarna och  
landskapsplanering

2014



## **EXAMENSARBETE**

Författare: Karin Wikström

Utbildningsprogram och ort: Landsbygdsnäringarna och landskapsplanering, Raseborg

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Landskapsplanering

Handledare: Elina Regårdh

Titel: Malmgård. Planering av en trivsammare gårdsmiljö som stöd för turismen

---

Datum: 02.05.2014

Sidantal: 27

---

### **Abstrakt**

Beställaren av detta arbete är Johan Creutz, greve på Malmgård. Målet med arbetet är att skapa en förbättringsplan kring området runt Malmgårds gamla ladugård som i dagens läge fungerar som bryggeri, pub och butik. Syftet är att skapa en mera trivsam och användbar utomhusmiljö kring byggnaden.

Den teoretiska delen av arbetet behandlar ämnet landsbygdsturism. Kapitlet tar upp vad landsbygdsturism innebär, olika verksamheter inom området och vilka möjligheter och hot som förekommer inom denna typ av turism.

Metoderna för arbetet är litteraturstudier, fältbesök och planering.

Resultatet av arbetet är en förbättringsplan. Planeringsprocessen började i augusti 2012, och var färdig för inlämning till beställaren sommaren 2013. Som grund för planen fungerade främst beställarens önskemål.

---

Språk: svenska

Nyckelord: planering, landsbygdsturism, trivsamhet

---

## **BACHELOR`S THESIS**

Author: Karin Wikström

Degree Programme and location: Rural Industries and Landscape Planning and Design,  
Raseborg

Specialization: Landscape planning and Design

Supervisors: Elina Regårdh

Title: An improvement plan for the Malmgård barn yard.

---

Date: 02.05.2014

Number of pages: 27

---

### **Abstract**

The orderer of the work described in this thesis is Johan Creutz, the Count of Malmgård mansion in Pernaja, eastern Uusimaa. The aim is to create an improvement plan for the area that surrounds the old barn which today is used as a brewery, shop and a pub. The plan is made in order to make the area more pleasant and useful.

The theoretical part of the thesis embraces the subject rural tourism. The chapter describes what rural tourism is, various forms of activities within the field and what kind of potentials and threats are associated with this kind of tourism.

The methods for this work are studying literature, visiting the area and planning the area.

The result of this thesis is an improvement plan. The planning process began in August 2012, and the plan was completed for submission to the client in the summer of 2013. The requests of the orderer form the primary basis for the plan.

---

Language: Swedish

Key words: planning, rural tourism, enjoyable

---

## Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
2. Landsbygdsturism.....	2
2.1. Varför behövs landsbygdsturism?.....	3
2.2. Olika verksamheter inom landsbygdsturismen.....	4
2.3. Vad lockar besökare till landsbygden?.....	5
2.4. Möjligheter och hot.....	6
2.4.1. Möjligheter.....	6
2.4.2. Hot.....	7
2.5. Ekoturism.....	8
3. Planeringen.....	9
3.1. Malmgård.....	9
3.1.1. Turistverksamhet på Malmgård.....	10
3.2. Planeringsprocessen.....	11
3.3. Nuläget, planeringsområdet.....	12
3.4. Planeringens delområden.....	14
4. Resultat.....	16
4.1. Planeringsidén.....	16
4.2. Växtval.....	18
4.2.1. Gammaldags buskrosor.....	18
4.2.2. Traditionella perenner.....	21
5. Diskussion.....	24

## Källförteckning

## 1. Inledning

Detta arbete behandlar planeringen av herrgården Malmgårds gårdsmiljö i Pernå, Lovisa. Planen behandlar området kring ekonomibyggnaden ( bild 1 ), den gamla ladugården som i dagens läge fungerar som butik, pub och ölbryggeri. På området tas turister emot och det fungerar även som parkeringsplats, dessutom ordnas det på området utomhusmarknader ett par gånger i året.



*Bild: 1. Bryggeriet i Malmgård. Foto: Karin Wikström 2012*

Arbetet innefattar planering av utemiljön och teorin om landsbygdsturism samt hur en trivsammare utomhusmiljö ökar trivseln bland besökarna. Beställaren av detta arbete är

Greve Johan Creutz som själv bor i herrgårdens karaktärsbyggnad och är ägare till verksamheten.

Arbetet är indelat i två delar, teori och det praktiska planeringsarbetet. Teorin behandlar ämnet lantbruksturism och själva arbetet består av planeringen. I planeringen ingår planerandet av gårdsmiljön och de lösningar som skulle passa bra för det området, planen består av en situationsplan och två detaljritningar.

Syftet med arbetet är att planera en trivsamt och mera användbar utomhusmiljö kring gården, samt att få förståelse för vad lantbruksturism innebär. Till kundens önskemål hör att vägförbindelserna förbättras, görs säkrare och effektivare eftersom det i nuläget används samma väg för både gångtrafik och transport av varor. På basen av teorin skall gården planeras så ändamålsenligt som möjligt.

## 2. Landsbygdsturism

Landsbygdsturism är en typ av turism som just nu växer snabbt. Det är en möjlighet för traditionella företag på landsbygden att utveckla sin verksamhet med olika koncept som i bästa fall ger dem lönsamhet året om. Det är ett bra sätt att skapa arbetsplatser på landsbygden och förbättra ekonomin för små företag och kommuner (Fredriksson, Smas 2013). Verksamheten kan variera allt från uthyrning, boende på lantgård (Bed & Breakfast) till caféverksamhet och mat (Lantbrukarnas riksförbund 2014).

Då välfärden ökar i ett land ökar även turismen, och i dagens urbana samhälle är det populärt att åka ut på landsbygden och uppleva vår egen natur och kultur. Många familjer idag bor i städer men har sina rötter på landsbygden och vill även att deras barn skall lära känna denna miljö på ett tryggt och roligt vis.

Idag är det dessutom mera populärt än tidigare med närproducerad mat och andra produkter. Folk vill gärna satsa på inhemskt och själv vara med och bekanta sig med hur våra basprodukter produceras. Miljön är i fokus för många och det är ett bra sätt för företag på landsbygden att få sin verksamhet synlig (Lantbrukarnas riksförbund 2014).

## 2.1. Varför behövs landsbygdsturism

Under de senaste 200 åren har urbaniseringen av samhället ökat. Människor flyttar bort från landsbygden och in i städer i längtan efter täthet och variation inom arbetsmarknaden, och utbudet av tjänster, produkter, service och upplevelser (Bjerke 2013).

I dagens läge finns arbetsplatserna i städerna, och det som förr räknades som en stad ses idag kanske bara som en by. Behovet av arbetskraft på landsbygden har minskat ända sedan lantbrukarna började använda effektivare jordbruksmaskiner, och sedan sysselsättningen inom tillverkningsindustrin minskat (Bjerke 2013). Då antalet arbetsplatser på landsbygden minskar behövs nya företag och att gamla företag förnyas och utvecklas för att behålla ett mångsidigt näringsliv även utanför städerna (Jordbruksverket 2010).

Ett problem för glesbygderna är att unga människor i åldern 19-25 ofta flyttar bort från landsbygden till större städer där högskolorna och universiteten finns belägna (Bjerke 2013). Efter skolan blir de ofta kvar i städerna eftersom där finns större möjligheter och variation inom arbetsmarknaden. Det blir en ond cirkel då det inte flyttar lika många unga vuxna in till landsbygderna som det flyttar ut (Bjerke 2013).

Då den utbildade arbetskraften söker sig till städerna där jobben inom den egna branschen finns, kan det leda till att behovet av privat och offentlig service minskar på landsbygderna,

vilket i sin tur leder till att attraktionen för att flytta till bygden minskar. Utveckling av befolkning, arbetstillfällen och service stärker varandra (Bjerke 2013). Däremot finns det även många faktorer som lockar människor till glesbygder exempelvis miljöombyte, närhet till familjen, släkt och vänner, möjlighet till andra fritidsverksamheter än de som erbjuds i städerna samt närheten till naturen (Bjerke 2013).

Landsbygdsturismen är viktig för att skapa arbeten, ökad turism stimulerar även inflyttning och har potential att skapa nya jobb även på de platser där basnäringarna minskar. Turismen har idag en stark framväxt och kan vara starkt lokalanknutna. Om det på orten finns ett populärt turistmål har ofta hela kommunen nytta av det, besökarna vill gärna bekanta sig med resten av området och olika natur- och kulturmiljöer, det i sin tur stärker små kommuners konkurrenskraft gentemot större städer (Bjerke 2013).

## 2.2. Olika verksamheter inom landsbygdsturismen

Landsbygdsturismen är ett brett koncept och kan omfatta allt från gårdsbutiker med hantverk och mat, stuguthyrning, boende på lantgård, fiske, jakt, ridturer, spa samt andra arrangemang inom både natur och kultur (Lantbrukarnas riksförbund 2014).

Den vanligaste formen av landsbygdsturism är boende och stuguthyrning, men många företag utvidgar sin verksamhet från det. Besökarna söker ofta upplevelser och aktiviteter, mat och underhållning (jordbruksverket 2013). Många av besökarna som kommer till de glest befolkade kommunerna lockas troligtvis även av dessa områdens natur och stillsamhet som till stor del hör ihop med friluftslivet.

Aktiviteter i naturen är ett populärt turistmoment, till exempel jakt och fiske är populära fritidsverksamheter som man gärna betalar för att få idka i en säker miljö. Andra utomhusaktiviteter inom landsbygdsturismen är exempelvis golf, bad, promenader, friidrott, svamplockning, kanotturer, vandringsleder, ridturer, cykelleder, motorcykelturer samt



andra aktiviteter inom hälsa, miljö och kultur (Förstudie landsbygdsturism 2008). Om det i samma paket dessutom ingår boende och mat är det populärt bland både inhemska och utländska besökare.

Jakten på upplevelser ökar och kunden vill gärna vara med i själva skapandet, till exempel baka eget bröd, valla får eller prova på gamla traditionella hantverk (Lantbrukarnas riksförbund 2014). Varje upplevelse är individuell och unik och det gäller för företagaren att förstå kunden och dess önskemål för att erbjuda så brett urval av tjänster som möjligt (Lantbrukarnas riksförbund 2014).

Kulturhistoriska värden är populära turistmål, till exempel kulturhistoriskt värdefulla byggnader, slottsparker, kyrkor, gårdar och fornminnen (Jansson 2008). Även kulturlandskap kan vara turistattraktioner, till exempel gamla betesmarker, ängar eller urskogar (Jansson 2008).

### 2.3. Vad lockar besökare till landsbygden?

Semester på landsbygden lockar speciellt människor som har stort intresse för natur och utomhusaktiviteter. Miljön är viktig i val av just denna typ av semester (Epinion 2012). Att besöka kulturella platser och lära sig mera av vår egen kultur och historia är också faktorer som lockar människor till landsbygden, dessutom vill man utforska en annan livsstil och uppleva ett annat utbud än det som erbjuds i städerna (Epinion 2012).

Att få vara i lugn och ro och uppleva naturliga och orörda platser med få andra turister hör även till landsbygdsturismens styrkor. Man vill samla krafter och kanske göra så lite som möjligt (Epinion 2012). Att vara med familjen och vänner och uppleva saker tillsammans skapar även minnen och är lätt att idka i landsbygdens lugn (Epinion 2012). Det finns även ypperliga möjligheter att utöva sitt intresse för sport och få tillgång till produkter och

tjänster av hög kvalitet. Gastronomiska upplevelser och tillgång på närproducerad mat är även faktorer som i allt större grad lockar turister till landsbygden (Epinion 2012).

## 2.4. Möjligheter och hot

### 2.4.1. Möjligheter

Turismen på landsbygden är en global trend, och man kan se tillväxt av antal besökare och utveckling av utbudet (Epinion 2012). Företagen på landsbygden arbetar hela tiden med att förfinas och utveckla produkten så att moderna turisternas behov och önskemål uppfylls (Epinion 2012). Möjligheterna är många inom landsbygdsturismen, det är ett relativt ungt begrepp och det finns ännu många verksamheter och delområden som kan utvecklas. Samarbete med andra företag och kommunen ger ofta möjligheter för företagen att erbjuda mångsidig verksamhet för sina besökare (Epinion 2012).

Till landsbygdsturismens styrkor hör kultur, natur, lokalitet, miljövänlighet och traditionellt jordbruk. Största delen av besökarna kommer fortfarande från Finland, men här finns det möjlighet inom marknadsföringen att även locka utländska turister till landsbygden. Marknadsföring är dyrt men i dagens läge kan man nå stora mängder människor via sociala medier för små kostnader. Det kräver samarbete och kombinerande av resurser eftersom det ofta inte räcker med ett resmål för att locka utländska turister till området (Pesonen 2014).

Naturen och kulturlandskap är de viktigaste faktorerna som lockar människor till landsbygden, vilket ger företagen möjlighet att arbeta kring dessa faktorer för att utveckla sin verksamhet. I dagens samhälle uppskattas även olika former av upplevelser istället för materiella ting (Green tourism of Finland 2011). Speciellt upplevelser i naturen har visat sig öka livskvaliteten och balansera det vardagliga livet. Desto tyngre och krävande vardag desto

starkare upplevelse vill man uppleva för att glömma allt för en stund (Green tourism off inland 2011). En upplevelse är för stunden intensiv, annorlunda och stänger ut allt annat, en upplevelse skapar minnen (Green tourism of Finland 2011). Inom landsbygdsturismen kan upplevelserna vara till exempel naturvandringar, ridturer, kanotturer, jakt eller fiske. Inom detta område finns ännu rum för utveckling där man kan ta exempel av andra länder där denna typ av resande redan expanderat.

Inhemsk mat är ett viktigt fokusområde inom turismen på landsbygden. Det finns en stor efterfrågan kring såväl mat som aktiviteter, till exempel matfestivaler och marknader. På landsbygden kan det dessutom knytas tätt ihop med produktionen, förädlingen och andra lokala aktiviteter vilket gör det extra intressant (Epinion 2012). Framtidens landsbygdsturist har en högre dygnskonsumtion än den nuvarande, och efterfrågan på livsmedel, mat på lokala restauranger och caféer och lokalt producerade matprodukter som kan brukas under semestern eller tas med hem kommer att öka (Epinion 2012).

#### 2.4.2. Hot

En hotbild för landsbygdsturismen är ökad konkurrens och högre förväntningar bland kunderna, eftersom folk i dagens läge reser mycket och har många erfarenheter att jämföra med. Turisternas krav på kvalitet, service och tillgänglighet ökar (Jordbruksverket 2013). För företagaren betyder det bland annat att han måste nås via telefon och mail, också från flygplatsen och järnvägsstationen, han måste vara tillgänglig dygnet runt om det behövs och erbjuda den bästa servicen för att uppfylla kundens krav (Jordbruksverket 2013).

Utmaningar för företagarna inom turismen på landsbygden är att locka även utländska besökare, det finns en tendens att landsbygdsturisterna är på semester i sitt eget land. Här borde man öka medvetenheten om möjligheterna inom landsbygdsturism i grannländer med erfarenheter från den inhemska marknaden (Epinion 2012).

I dagens läge har landsbygdsturismen en bild av att vara en ideell semesterform för barnfamiljer och äldre människor, här har företagarna en utmaning att vidga sitt utbud även för andra åldersgrupper och turister med andra intressen (Epinion 2012).

I och med att konkurrensen inom turismen ökar, och det blir lättare för folk att ta sig till olika platser i världen, kan det vara svårt för företagare att få folk att komma tillbaka till samma semester mål (Epinion 2012). Kunderna jämför andra former av turismprodukter som även ständigt utvecklas. En risk är att nya kunder som söker turistmål på landsbygden för första gången sedan inte kommer tillbaka. Kunderna är mindre lojala eftersom det finns så många olika potentiella platser att besöka (Epinion 2012). Här har företagarna en utmaning att ständigt utveckla sin verksamhet och erbjuda nya aktiviteter och produkter för att locka samma besökare flera gånger.

## 2.5. Ekoturism

Hållbar utveckling och miljövetande är allt vanligare i dagens samhälle, befolkningen är medveten om sin egen konsumtion och ekologiska fotavtryck. Även inom turismen märks miljömedvetandet och folk väljer att i större grad turista inom det egna landet både på grund av ekologiska och ekonomiska skäl. Diskussionen om hållbar utveckling har ökat intresset för naturen, vilket gynnar landsbygden och intresset för naturturism. Turisterna efterfrågar mera miljövänliga företag och olika naturvärden har fått förståelse och acceptans (Förstudie landsbygdsturism 2008).

Ekologiska, närproducerade produkter och livsmedel har fått större efterfrågan och många vill veta varifrån deras produkter kommer och hur de tillverkas. Lokala producenter och lokal tillverkning är något som folk uppskattar, det är hållbart och miljövänligt och blir på så vis utmärkta turistmål för besökare (Förstudie landsbygdsturism 2008).

## 3. Planeringen

### 3.1. Malmgård



*Bild: 2. Karaktärbyggnaden. Foto. Karin Wikström 2012*

Malmgård är en herrgård i Lovisa längs med Forsby å. Herrgården har sitt ursprung redan från 1600-talet. (Gardberg 2014). Allt sedan dess har gården varit i släkten Creutz ägor. Den nuvarande huvudbyggnaden som syns på bilden (bild 2) i tegel byggdes 1882-1885, byggnaden är två våningar hög och byggd enligt nyrenessansstil (Gardberg 2014).

Slottsbyggnaden förenas med en park i Engelsk landskapsstil. Norr om huvudbyggnaden ligger en ekonomigård med byggnader främst från senare delen av 1800-talet (Gardberg 2014).

Idag är Malmgård specialiserad på ekologiskt jordbruk och förädling av ekoprodukter. Ekologisk produktion strävar efter en så hög självförsörjningsgrad som möjligt (Markensten, Karlsson, Wallander 2013). På Malmgård produceras till exempel all energi från egen vattenkraft (Gardberg 2014). Inom växtodlingen sker produktionen utan kemiska växtskyddsmedel och mineralgödsel. Grödorna odlas efter varandra i lämplig följd för att motverka ogräs och skadegörare.



*Bild: 3. Den gamla ladugården i Malmgård. Foto: Karin Wikström 2012*

### 3.1.1. Turistverksamhet på Malmgård

På gården driver man idag även turism, ölproduktion och skogsbruk (Creutz 2014). Det ordnas bl.a. guidade rundturer i slottet med omgivande park, dessutom finns det på gården en egen butik, café och pub där besökarna kan smaka och köpa av gårdens egna produkter. Högsäsongen för besökare på gården är under sommarmånaderna april till september, men verksamheten, till exempel gårdsbutiken är öppen även under vintermånaderna (Creutz 2014).

I gårdsbutiken som är belägen i den gamla ladugården i samband med bryggeriet säljer man olika produkter som alla är tillverkade enligt ekologiska principer på gården, bland annat mjöl, grötflingor, mysli och bröd. Förutom spannmålsprodukter säljs dessutom saft, sylter, rypsolja, drycker från bryggeriet och andra produkter från andra lokala företag (Gardberg 2014).

I den över 100 - åriga ladugården finns förutom butiken och bryggeriet även en pub med plats för 60 besökare, där besökarna får njuta av smakprover från bryggeriets egna drycker. Även här har man satsat på ekologiska lösningar, och all energi som används för uppvärmning och produktion kommer från gårdens egna vattenverk (Gardberg 2014). På området tar man emot turister i grupper, där man får välja om man tar hela paketet med slottsvandring eller enbart bekanta sig med bryggeriet och dess produkter (Gardberg 2014).

### 3.2. Planeringsprocessen

Planeringen och ritningar av gården gjordes under vintern 2012-2013. Planeringen utformades på basen av kundens önskemål.

I augusti 2012 besökte jag gården och träffade beställaren, då bildade jag mig en uppfattning om vad som kunde göras på basis av beställarens önskemål. Nuläges diskuterades och vilka problem som finns. Det kom fram att nuläget är ganska tråkigt och området används främst som parkeringsplats. På området behövs en ny väg för transport av varor och en skild väg för gångtrafik för besökarna. Beställaren önskade även att området runt butiken avgränsas med vegetation, gärna en klippt häck och att det planeras in mera sittplatser för besökarna. Området utanför puben måste också göras trivsammare med hjälp av vegetation, till beställarens önskemål hörde bland annat gammaldags, doftande buskrosor.

Syftet med planeringen är att få en trivsammare utomhusmiljö för besökarna, och även effektivare lösningar för transporten eftersom det i dagens läge används samma väg för både besökare och transport av varor. Det kom fram under mötet att de viktigaste delarna av planeringen är ingången till butiken samt ingången till puben. Där har man som avsikt att skapa sittplatser för besökarna samt anlägga en terrass utanför puben. Terrassen fanns redan inritad på grundkartan. Syftet är att skapa mera avgränsade områden med hjälp av vegetation för att öka trivsamtheten bland besökarna. Jag tog även bilder av området och

fick kopior av grundkartan. Efter detta besök utformades en situationsplan med två detaljrutningar.

### 3.3. Nuläget, planeringsområdet



*Bild 4. Planeringsområdet med vitt. Paikkatiетоikkuna/Karin Wikström 2014.*

Området som planeras är området kring ekonomibygnaden på norra sidan av själva karaktärsbyggnaden. Området är utritat med vitt på bild 4, och omfattar den nordöstliga och sydöstliga delen av utomhusmiljön runt den gamla ladugården som idag används som bl.a. ölbryggeri och gårdsbutik.

Området som planeras är omringat av åker, det är platt med små höjdskillnader. Bakom byggnaden som planeras finns två större ekonomibygnader, som används inom jordbruket. Södra delen av området är soligt större delen av dagen.





*Bild: 5 Området utanför puben Foto: Karin Wikström*



*Bild: 6 Personalingången. Foton: Karin Wikström 2012*

I dagens läge används det planerade området främst som parkeringsplats och består av en stor sandplan. Runt själva byggnaden går en väg som används för transport av varor samt inom jordbruket. Vägen leder till Mörskomvägen som är utmärkt på bild 5. På området finns som bäst inte mycket vegetation, förutom ett par björkar.

För att området skall kunna användas effektivare och säkrare borde vägen flyttas och en större parkering anläggas. I dagens läge används samma väg som omringar huset både för transport samt som gångväg för besökarna. Antalet besökare har ökat inom de senaste åren och det behövs en större parkering med rum för 20 bilar och en buss. Den nya vägen borde vara 5-6 meter bred för att uppfylla behoven av transport inom jordbruket. Dessutom borde det finnas en väg som främst är menad för gångtrafik men som också kan användas för transport av varor till byggnaden. Det blir säkrare för besökarna eftersom det nu kan vara farligt att röra sig på området då transport av varor sker på samma väg som gångtrafiken.

### 3.4. Planeringens delområden

I följande kapitel beskrivs nuläget och kundens önskemål presenteras noggrannare med hjälp av bild 7 som är indelad i 6 delar och beskriver de olika delområdena i planeringen.

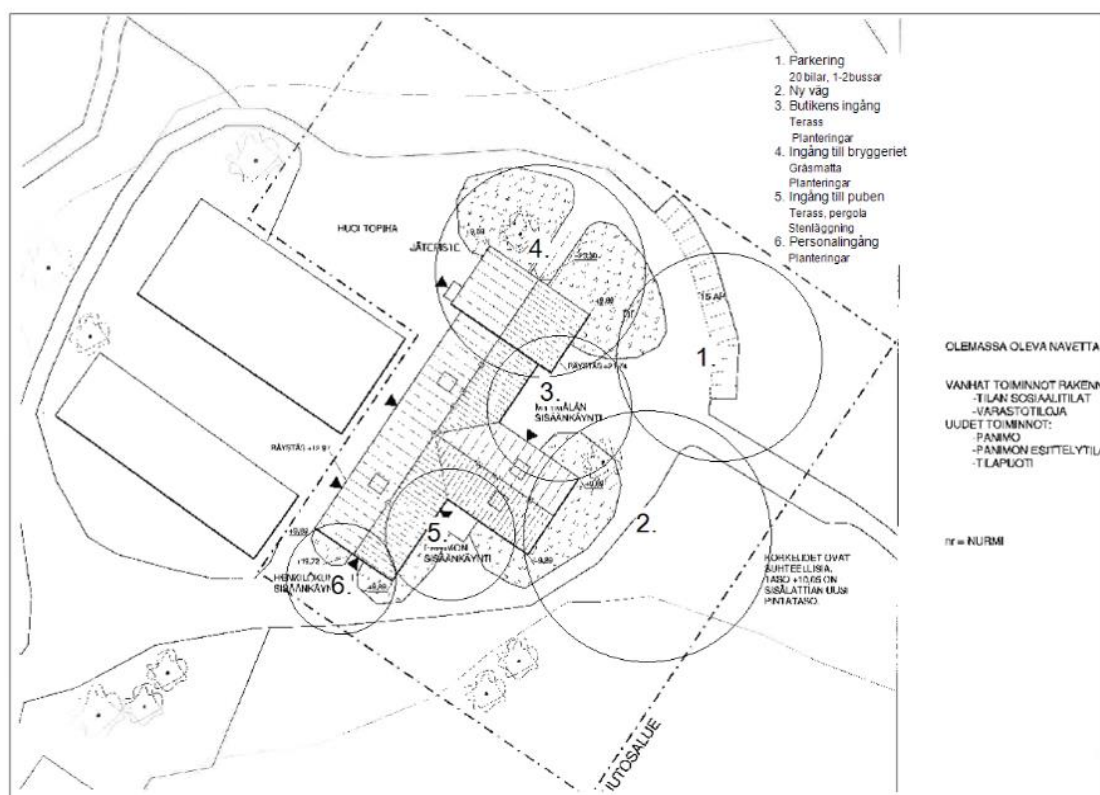


Bild. 7. Planeringens delområden. Karin Wikström 2013

1. Den gamla parkeringsplatsen som inte fungerar enligt dagens behov. Besöksantalen har ökat och det behövs en större parkeringsplats, och en skild väg för transport. I den nya planen skall parkeringen förstöras och vägen förflyttas så den inte stör gångtrafiken på området.

2. Ingång till byggnaden för varuleveranser, en separat gångväg behövs närmare byggnaden, en väg som inte används som transport i huvudsak. I nuläget är det farligt för besökare då både gångtrafik och transport av varor sker på samma väg.
3. Området kring ingången till gårdsbutiken, i nuläget består området av en stor sandplan. Kundens önskemål var en trivsammare inramad miljö som avgränsar besökarna från resten av verksamheten på området. Området används även för gårdsmarknader ett par gånger om året.
4. Ingång för transport av varor. Denna ingång är endast i användning av personalen och för transport av varor. I nuläget är området viltvuxet av gräs och annan låg vegetation samt en björk. I önskemålen fanns att området städas upp, möjligtvis någon vegetation som skyddar sikten till bakgården.
5. Området kring ingången till puben. På området skall det byggas en större terrass där det är meningen att besökarna kan njuta av företagets egna produkter. I nuläget består området av en sandplan. Även här var önskemålet att området görs trivsammare med skyddande vegetation. Området är på sydsidan och har mycket solljus under hela dagen.
6. Personalingång. Denna del av byggnaden är närmast karaktärsbyggnaden, i ändan finns en ingång som används endast av personalen. Som bäst finns där ingen vegetation men i önskemålen fanns att även detta område städas upp och inramas med planteringar.

## 4. Resultat

### 4.1. Planeringsidén

Utgående från fältbesöket och kundens önskemål har en situationsplan med två detaljritningar tagits fram. De två viktigaste delarna är området utanför butiken och området utanför puben, dessa områden beskrivs noggrannare i detaljritningarna 1 och 2. De två områdena har olika karaktär och meningen är att de skall skapa trivsamt och nyfikenhet bland besökarna. Områdena beskrivs närmare i följande kapitel ( bild 9 och 10 ). Tema för planeringen är trivsamt och användningen av gamla, traditionella växter.

Eftersom området i dagens läge är öppet skall de två delområdena avgränsas med vegetation för att öka trivsamt och avgränsa området från den omgivande vägen med transport.

I situationsplanen (bild 8) beskrivs dispositionen av gården. Parkeringen är förstörd och vägen för transport är förflyttad längre bort från byggnaden. På området finns nu en gångväg för besökarna med vilken de kan ta sig från butiken till puben och tvärtom, utan att behöva använda sig av vägen för biltrafik. En terrass utanför puben och flera sittplatser både vid puben och butiken finns nu på planen. Alla ingångar till byggnaden har hållits öppna eftersom de alla är i användning inom verksamheten i byggnaden.

Fast i huset finns ingen vegetation, huset omringas av en två meter bred grusgång, eftersom det på vintern kan falla snö från taket. På området mellan vägen och byggnader finns klippt gräsmatta planerat, medan området mellan de två bilvägarna är mera naturenligt med vild växtlighet.

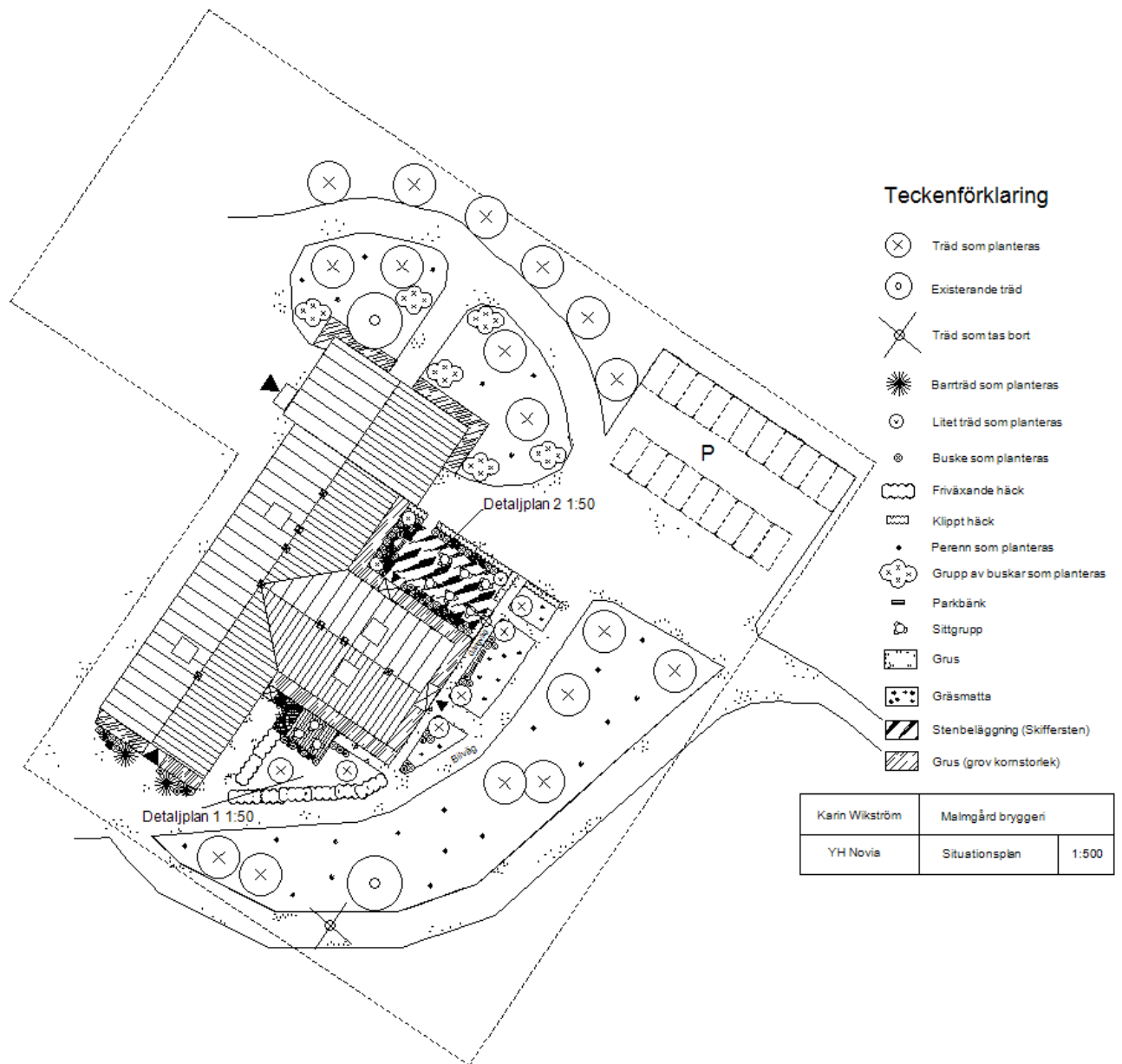


Bild. 8 Situationsplan. Karin Wikström 2013

## 4.2. Växtval

I valet av växter i planeringen har jag koncentrerat mig på traditionella, gammaldags växter som trivs i finska förhållanden. Jag har huvudsakligen använt växter som var vanliga under 1800-talet, men som ännu idag används i moderna trädgårdar. Bland kundens önskemål fanns bland annat en rosengård med gammaldags doftande rosor, som även finns planterade i den övriga parken kring karaktärsbyggnaden. Kunden önskade även lättskötta växter, som klarar sig år efter år, därför har jag även använt mig mycket av mångåriga perenner.

I följande kapitel tar jag upp en del av växterna som använts i planeringen indelad i två huvudgrupper; Rosor och perenner.

### 4.2.1. Gammaldags buskrosor

På området runt puben, har jag främst planerat rosor. Området är illustrerat i detaljritning 1 (Bild 9). Området lämpar sig bra för rosor eftersom det ligger på södra sidan av byggnaden och är varmt och skyddat med mycket solljus. På området finns en terrass där besökare skall kunna njuta av bryggeriets egna drycker. Det var i kundens önskemål med väldoftande buskrosor och det passar bra kring terrassen, de bjuder på både doft och skönhet samtidigt som de avgränsar området från trafik och andra störningar. För att få mera struktur och omväxling i planteringarna har jag även planerat in sockertoppsgranar och humle i planen. I rabatterna skall även lökväxter planteras för att få området att blomma så tidigt som möjligt, eftersom säsongen börjar redan i april.

Jag har använt mig av gammaldags buskrosor, de är lättskötta, kräver inte samma beskärning och täckning till vintern som ädelrosorna, och dessutom växer de sig större och har ofta starkt doftande blommor. Jag har använt mig av olika sorter med olika blomningstider för att besökarna skall kunna njuta av blomningen under hela sommaren. Blomningstiden för rosorna sträcker sig nu från juni till slutet av augusti. Till följande beskriver jag med hjälp av planeringen av området utanför puben (Bild 9) rosorna som använts i planeringen.

#### Midsommarros *Rosa pimpinellifolia* `Plena`

Midsommarrosen hör till våra mest traditionella buskrosor, namnet kommer från blomningstiden som i södra Finland är kring midsommaren (Alanko 1999). Busken har halvdubbla starkt doftande blommor. Den är lättskött, frisk och växer snabbt och kraftigt, dessutom är den inte krävande vad gäller växtplatsen. Vid femårs ålder är busken ungefär en meter bred och lika hög. Blomningen varar ungefär 2 veckor i juni (Taimikko, Ruhanen 2014).

#### Jungfruros *Rosa x Alba* `Maidens blush`

Jungfrurosen hör till de äldsta rosorna som ännu idag odlas i europeiska trädgårdar (Haynes 2014), de blir ungefär 1,5-2 meter höga buskar med ljusröd, tät blomning (Alanko 1999). Blomningstiden är i mitten av juli och räcker två till tre veckor, med kraftigt doftande rosa, dubbla blommor. Busken är härdig och tål bra olika växtförhållanden (Heikkisen Kukkatarha 2014).

### Äppelros *Rosa rubiginosa-gruppen*

Rubiginosarosen är en kraftig rosenbuske som var mycket omtyckta av äldre tiders trädgårdsägare. Rosen bildar en hög och kraftig buske som blommar i juni-juli, med ljusröd riklig blomning. Bladen är doftande, och efter sommaren bildas röda nypon (Plants for a future 2014).

### Nejlirkros *Rosa F.J. Grootendorst*

Nejlirkrosen är en buskros med lång blomningstid från juli till september. Blommorna är mörkröda och dubbla och påminner om nejlikan. Busken blir ungefär 1,20 meter hög och lika bred (Vihertalovarpula 2014).

### Persisk gulros *Rosa foetida persiana*

Persisk gulros är en känd traditionell ros med gula, dubbla blommor. Blomningstiden är i juli-augusti med riklig blomning. Busken är ungefär 1,3 meter hög och bred och behöver skyddas under vintern (vihertalovarpula 2014).



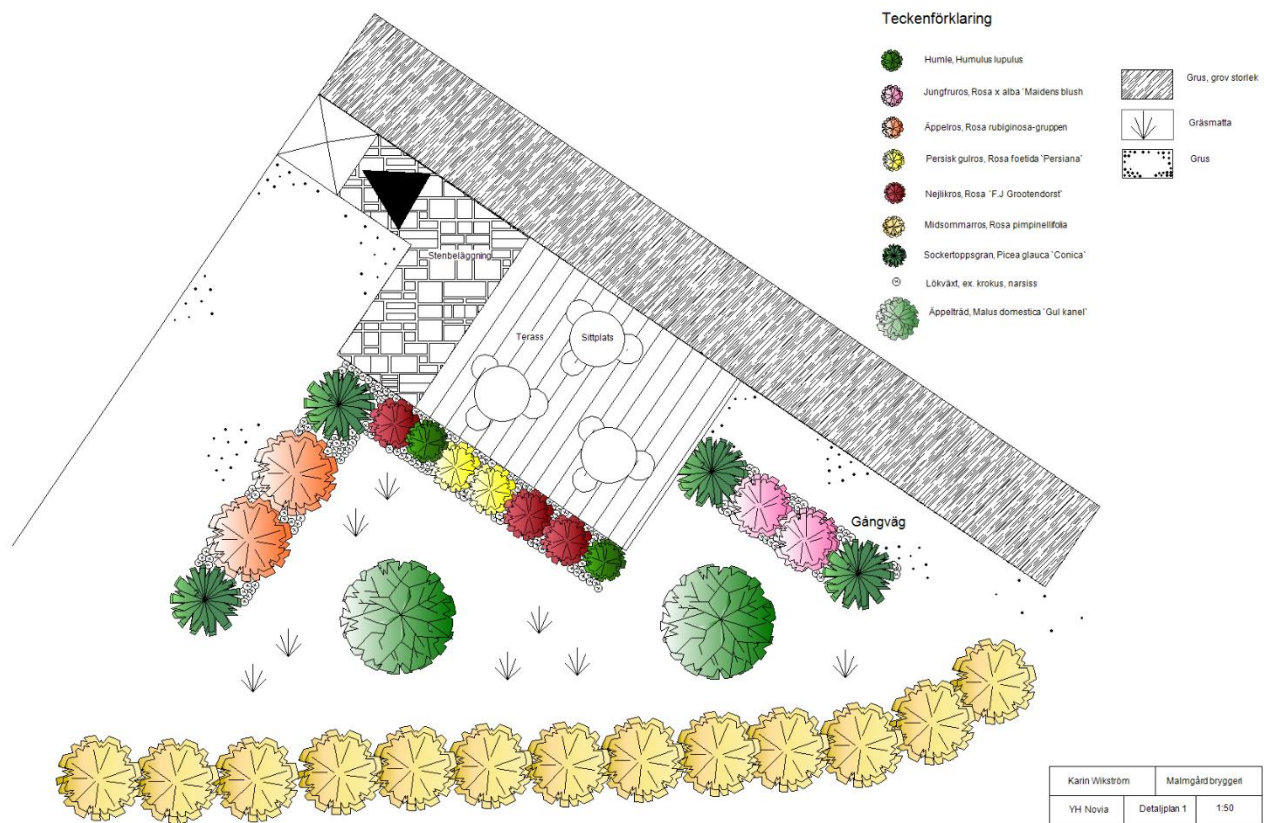


Bild. 9. Illustrationsplan över området utanför puben. Karin Wikström

#### 4.2.2. Traditionella perenner

Perenner har jag använt i planeringen på nordöstra sidan, området utanför butiken. I följande kapitel tar jag upp några exempel på perenner som använts i samband med vedartade växter i planeringen av området. Området presenteras i bild 10, en illustrationsplan över området. Även här har jag använt mig av gammaldags traditionella och hårdiga sorter. Målet är att perennerna skall blomma under hela sommaren så jag har använt mig av olika sorter med olika blomningstider.

### Höstflox *Phlox paniculata*

Höstfloxen hör till våra populäraste perenner, och finns idag i nästan varje finsk trädgård. Den kommer ursprungligen från Nordamerika men den ursprungliga sorten är idag ovanlig inom odlingen, men kan förekomma i äldre trädgårdar, då under namnet `Syrenflox` (Alanko 1998). Höstfloxen är lite lägre än syrenfloxen, ungefär 40-100 cm hög, och blommar i juli – september, den är en upprättväxande perenn (Forsblom 2005) med blommor i färgerna vit, röd, ljusröd, lila eller blå (Alanko 1998).

### Stormhatt *Aconitum napellus*

Stormhatten är en gammal läke- och prydnadsväxt som hör till våra äldsta trädgårdsväxter och har odlats hos oss ända sedan 1600-talet (Alanko 1998). Till släkten hör ca 100 sorter av vilka 12 växer naturenligt i Europa (Alanko 1998). Perennen blir ungefär 80-150 cm hög och blommar i juli till augusti, bäst trivs den i halvskugga (Alanko 1998).

### Vit Fänrikshjärta *Dicentra formosa* `Alba`

*Dicentra* släktens perenner är kända och populära perenner. Speciellt den större sorten brustet hjärta är vanlig hos oss och har odlats redan på 1800-talet i herrgårdsparken (Alanko 1998). Den mindre sorten Fänrikshjärta har på senare tid blivit populär och finns idag i de flesta finska trädgårdar (Alanko 1998). Den trivs bäst i halvskugga och blir ungefär 30-40 cm hög, med vita eller röda blommor som blommar i juli till augusti (Alanko 1998).

### Spädfunkia *Hosta sieboldii* `albo marginata`

Funkian är ett brett släkte med ungefär 40 olika sorter, främst med ursprung från Japan men vissa sorter växer även i Kina och Korea (Alanko 1998). Funkian hör till våra mest använda blad- och skuggperenner. Före andra världskriget använde man ofta funkior som kantväxter och planterade dem i långa rader, i dagens läge planterar man dom ofta i mindre grupper tillsammans med andra växter. Speciellt bra trivs de tillsammans med rododendron i skugga eller halvskugga (Alanko 1998). Spädfunkian som jag har använt i planeringen har gröna blad med gula eller vita bladkanter (Alanko 1998).

### Akleja *Aquilegia vulgaris*

Akleja är en gammal perenn, som först användes som medicinväxt men senare även som prydnadsväxt. Redan under mitten av 1600-talet odlade Elias Tillandz växten i den akademiska trädgården i Åbo (Alanko 1998). Växten blir ungefär 40-80 cm hög och trivs bäst i halvskugga. Blommorna är traditionellt mörkblåa men idag förekommer det även vita, röda och mörklila blommor. Växten blommar i juni och juli (Alanko 1998).

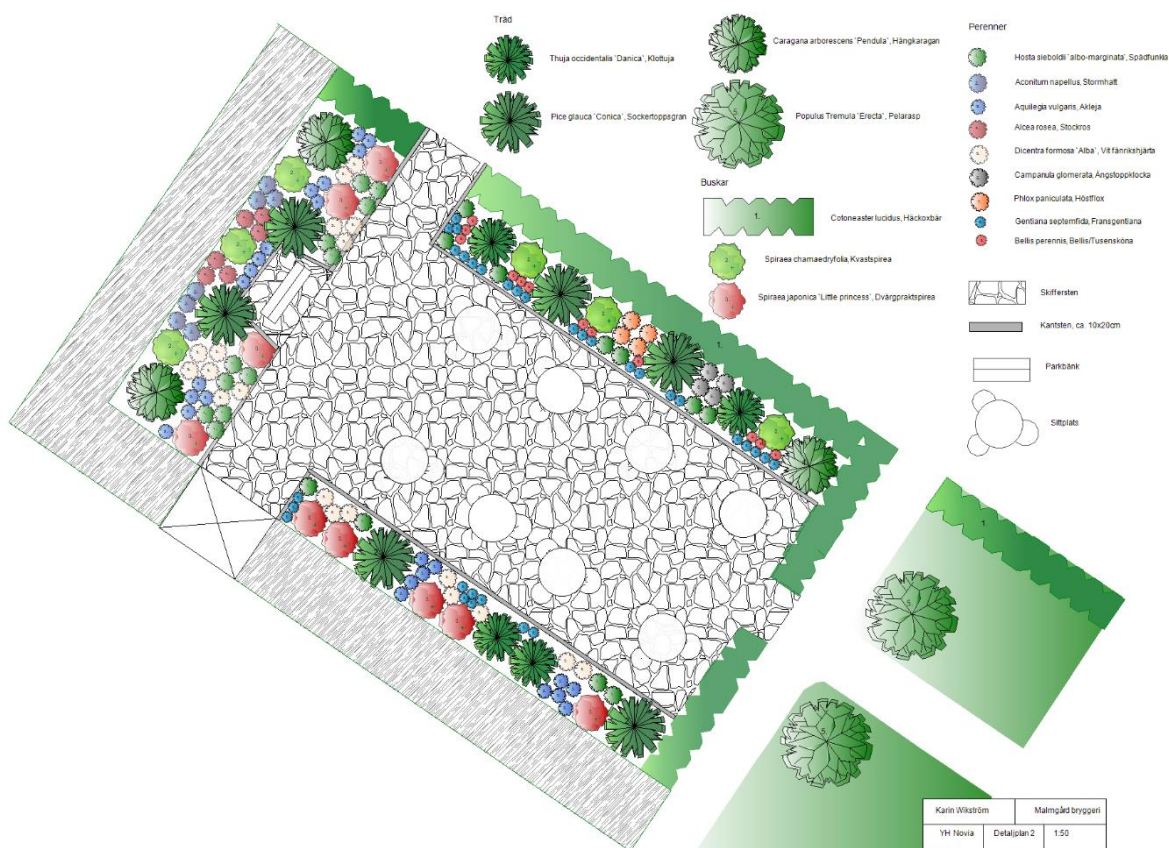


Bild 10. Illustrationsplan över området utanför butiken. Karin Wikström 2013

## 5. Diskussion

Beställaren av arbetet, Johan Creutz önskade en förbättringsplan som skulle göra området kring deras bryggeri mera trivsamt och användbart för besökarna. Området är i flitig användning inom turismen och består idag främst av en stor sandplan. I beställarens önskemål fanns mera sittplatser och att de olika delområdena avgränsas med hjälp av vegetation. Konkret önskades att planen skulle innehålla enkla förbättringsförslag som inte kräver mycket skötsel. Beställaren ville också att området skall se trevligt och lockande ut för

besökarna och få ett samband mellan bryggeriet och själva karaktärsbyggnaden med omringande park.

Målet med arbetet blev då att göra en förbättringsplan som stöder turismen, gör området mera trivsamt och användbart. Meningen var att vistelsen för besökarna skall göras ännu trevligare med hjälp av vegetation och relativt enkla medel.

I arbetets teoretiska del tar jag upp ämnet landsbygdsturism. Jag valde ämnet för att bättre komma in i vad turism på landsbygden innebär och vilka förväntningar besökarna kan tänkas ha. Jag fick även en bättre inblick i vilken typ av människor som besöker denna typ av turistmål och vad de är intresserade av att uppleva. Det är ett intressant ämne och jag visste inte innan jag började med arbetet hur brett koncept det verkligen är. Speciellt i Sverige och Tyskland verkar det vara en väl utvecklad verksamhet och populär form av turism. Jag önskar att jag hade hittat mera information om hur växtlighet kan knytas ihop med turism och trivsamhet, det hade gett en bättre inblick i syftet av mitt arbete.

Själva planeringsområdet var ganska utmanande, eftersom det är mycket i användning inom olika verksamheter. I byggnaden drivs en gårdsbutik, ölbryggeri och en pub. Det betyder att man i planeringen måste ta i beaktande både transport av varor till byggnaden och gångtrafik bland besökarna. Området behövde även mera sittplatser för besökarna och en större parkeringsplats. Bakom själva bryggeriet finns två hallar som används inom jordbruket, det betyder att vägen runt byggnaden är i flitig användning av stora fordon. I mötet med kunden kom det också fram att antalet besökare och trafiken på området troligtvis kommer att öka, så i planeringen måste jag ta i beaktande att man också i fortsättningen måste kunna röra sig på området med stora fordon.

Planeringsområdet är också ganska stort och det är svårt att göra en enhetlig plan som skulle omfatta hela området, därför har jag valt att visa hela området i en situationsritning med skalan 1:500 och två detaljplaner med skalan 1:50 som beskriver noggrannare områdena kring butiken och puben och växtligheten som planteras där.

Växtligheten på området blev till stor del traditionella gammaldags buskar och perenner. I kundens önskemål fanns gammaldags doftande buskrosor, så jag valde att fortsätta med det temat även i resten av planeringen. I området utanför puben finns mest rosor, eftersom det är ett soligt område, och för att få mera variation finns där även ett par barrväxter och äppelträd. För att förlänga blomningstiden finns det som förslag att plantera in lökväxter i rabatterna och under äppelträden.

På området utanför butiken, som är nordöstligt har jag däremot använt mig mest av perenner och ett par barrväxter och buskar för att få höjd och färgskillnader. Dessutom finns det ett par mindre prydnadsträd. Även här har jag försökt använda mig av olika blomningstider och växter med vackra höstfärger, eftersom högsäsongen på Malmgård sträcker sig från april till oktober borde området se fint ut under hela denna tidsperiod.

Målet som var att få en trivsammare och effektivare användning av området, tycker jag att nåddes. Gångvägen placerades längs med husväggen vilket gör det säkrare och lättare för besökarna att ta sig fram på området. Dessutom har en ny parkering och en ny väg för transport tagits fram vilket effektiviserar användningen av området.

Med hjälp av växtlighet och sten-anläggningar skapas trivsamhet och ett mera parkliknande område. Jag är själv intresserad av gammaldags, traditionella växter och det var ett intressant ämne att sätta sig in i. I efterhand borde jag kanske i valet av växter, med tanke på skötseln, valt färre sorter perenner och sorter som snabbare täcker ett område vilket underlättar skötseln. Klippt gräsmatta kräver även ganska mycket skötsel, men jag har inte använt mig av stora områden gräsmatta i planeringen, och jag tyckte att det ändå behövdes för att skapa en parkliknande miljö.

Jag hoppas att mitt examensarbete kan vara till nytta för Malmgård och stöder deras verksamhet. Även om hela planen inte kan förverkligas i sin helhet hoppas jag att de får inspiration och idèer för växtval och disposition av planen.

## Källförteckning

Alanko Pentti (1999) Tammen suuri puutarhakirja 3. *Puuvartistet kasvit puutarhassa, puut ja pensaat, puuvartistet köynnökset, varvut, puu- ja pensaserikoisuuksia.*

Kustannusosakeyhtiö Tammi Helsingfors.

Alanko Pentti (1998). Tammen suuri puutarhakirja 1. *Monivuotiset kukat eli perennat, perennat puutarhassa, perennojen hoito ja lisääminen, perennaharvinaisuuksia.*

Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsingfors

C.J Gardberg. *Malmgårds slott.* (online) [www.malmgard .fi.](http://www.malmgard.fi) (hämtat 2014)

Creutz Johan. *Malmgårds historia.*(online) [www.malmgard.fi.](http://www.malmgard.fi) (hämtat 2014)

Epinion (2012). *Framtidens landsbygdsturism I scandinavien.* Undersökning om framtidens landsbygdsturism, på uppdrag av projektet Lisa ( Landsbygdsutveckling I scandinavia ).

(online)<http://www.interreg->

[oks.eu/se/Material/Files/Kattegat%2FSkagerrak/Dokumenter+projektbank/LISA+Fremtidens+Landsbygdsturisme+i+Skandinavien+-+kort+version](http://www.interreg-oks.eu/se/Material/Files/Kattegat%2FSkagerrak/Dokumenter+projektbank/LISA+Fremtidens+Landsbygdsturisme+i+Skandinavien+-+kort+version) (hämtat 2014)

Jansson Jimmy (2008) *Förstudie landsbygdsturism.* Eskilstuna kommun. Alexandras affärs och marknadsutveckling.(online) [www.eskilstuna.se](http://www.eskilstuna.se) (hämtat 2014).

Fredriksson Christian, Smas Lukas. 2013. *Small-scale Tourism in rural areas.* Nordregio Report 2013. (online)<http://www.nordregio.se/en/Publications/Publications-2013/Small-scale-Tourism-in-Rural-Areas/>. (hämtat 2014).



Forsblom Juha (2005). *Trädgårdens perenner*. Svenska trädgårdsförbundet rf.

Forssan kirjapaino oy.

Haynes Jerry (2014). *History of roses: Alba roses*. (online) [www.davidaustinsroses.com](http://www.davidaustinsroses.com). (hämtat 2014).

Heikkisen kukkatarha (2014). *Neidonruusu* (online) [www.kukkatarha.fi](http://www.kukkatarha.fi). (hämtat 2014)

Jordbruksverket (2013). *Satsa på turism*. (online) [www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se) . (hämtat 2014).

Lantbrukarnas riksförbund (2014). *Jakten på upplevelser ökar*. (online) [www.lrf.se/upplevelser/turism](http://www.lrf.se/upplevelser/turism). (hämtat 2014)

Lina Bjerke (2013). *Allt om att bo, leva och vara på landsbygden*. (online) [www.Jordbruksverket.se](http://www.Jordbruksverket.se) (hämtat 2014).

Pesonen Juho (2014). *Maaseutumatkailun kansainvälistyvät mahdollisuudet*. (online) <http://www.slideshare.net/eppuJ/maaseutumatkailun-kansainvlistyvt-mahdollisuudet>. (hämtat 2014).

Plants for a future (2014). *Rosa rubiginosa-L*. (online) <http://www.pfaf.org/user/plant.aspx?LatinName=Rosa+rubiginosa>. (hämtat 2014)

Räty Ella, Alanko Pentti (2004). *Viljelykasvien nimistö*. Puutarhaliiton julkaisuja nro 328 Helsingfors 2004.

Vihertalovarpula (2014). *Nejlikkaruus* pun. *Rosa F.J. grootendorst.* (online)  
[www.vihertalovarpula.fi/puistoruusut](http://www.vihertalovarpula.fi/puistoruusut). (hämtat 2014)

Vihertalovarpula (2014). *Persiankeltaruusu*. *Rosa foetida persiana.* (online)  
[www.vihertalovarpula.fi/puistoruusut](http://www.vihertalovarpula.fi/puistoruusut). (hämtat 2014).

*Eco matkailu* .Green tourism of Finland (2011). *Eco matkailu.* (online). [www.greentourism.fi](http://www.greentourism.fi).  
(hämtat 2014).

(2014). *Juhannusruusu Rosa pimpinellifolia `Plena`.*  
(online)[www.taimikko.com/luettelot/taimikortit](http://www.taimikko.com/luettelot/taimikortit) (hämtat 2014)

