

Graffiticafé

En åpen workshop for drømmer og fantasier

Beskrivelse:

Vi inviterte 173 ansatte i ulike organisasjoner i Trondheim for å måle temperaturen på interessen for pilegrim, samt å få innspill til hva de ønsker seg av pilegrimsbyen fram mot nasjonaljubileet 2030. 25 personer kom den aktuelle dagen og deltok på workshopen.

Hensikt:

Skape et inkluderende og kreativt rom der alle deltagere kan bidra med sine tanker, ideer og drømmer for hvordan Pilegrimsbyen skal utvikle seg fram mot 2030. Skape en fysisk møteplass for ulike aktører med interesse for pilegrimtematikken.

Mål:

- **Engasjere bredt:** Invitere innbyggere, besøkende og aktører til å dele visjoner og ønsker for byens fremtid.
- **Skape eierskap:** Gi deltagerne en stemme i utviklingen av Pilegrimsbyen.
- **Innhente mangfoldige perspektiver:** Samle ideer som spenner fra skole, folkehelse, kultur, natur, bærekraft, næringsliv og fellesskap.
- **Visualisere drømmer:** Gjøre ideene synlige på en «taggevegg» som fungerer som en felles inspirasjonsflate.
- **Legge grunnlag for videre arbeid:** Bruke innspillene som et verdifullt bidrag til strategier og prosjekter fram mot 2030.

Workshop Design:

Vi fikk laget en 4 meter lang plakat som ser ut som en taggevegg med White-board-overflate til å skrive på, samt kjøpte mange White-board-tusjer i ulike farger for å skrive med.

Oppgave:

Deltagerne skulle skrive ett eller flere ord, setninger eller korte budskap på taggeveggen som uttrykker drømmer og visjoner for Pilegrimsbyen i 2030.

Kommentar:

Ut ifra alle ord og setninger som har blitt skrevet av alle gruppene på denne stasjonen, har vi funnet noen hovedkategorier for deltagernes drømmer og fantasier.

Funn:

Hovedkategorier
a) Infrastruktur og logistikk
• Flere infoskilt og bedre merking langs leden. • Overnattingsplasser med variert standard og pris. • Felles organisering og samkjøring av overnatting. • Pakkeløsning med Gråkallbanen for siste del av leden. • Åpne herberger og kirker, spesielt de siste 100 km. • Teltplasser og bu hver 10. km. • Transportløsninger som båt fra Øysand over Gaulosen.
b) Opplevelser og kultur
• Felles pilegrimsvandring Stiklestad–Trondheim med kulturinnslag (teater, kor, konserter). • Mange aktiviteter langs leden: konserter, spel, lokalmat. • Bruke leden som et «levende museum» med informasjonstavler og innlest historikk. • Link til Sigrid Undsets naturskildringer på kartet.
c) Synlighet og merkevare
• Trondheim som kirke- og pilegrimshovedstad. • Bruke flater i byen til synlighet. • Merkevareprosess og profesjonelt mottak. • «Gjestfrie Trøndelag» som profil.
d) Samarbeid og organisering
• Felles satsning mellom kommune, kirke, Nidaros Domkirkes Restaureringsarbeider, Nasjonalt Pilegrimssenter og næringsliv. • Felleskontor for vertskap og motivasjon. • Samarbeid med næring for gode tilbud.



Konklusjon: Hva ønsker deltagerne for Pilegrimsbyen 2030?

Vi har analysert og sortert alle ord og setninger som ble skrevet på graffitiveggen og kommet fram til følgende kategorier:

- **Tilgjengelig og praktisk**

Deltagerne ønsker en godt tilrettelagt pilegrimsled med tydelig merking, åpne kirker, overnattingsmuligheter i ulike prisklasser, og transportløsninger som gjør vandringen enkel og fleksibel.

- **Kulturelt og opplevelsesrikt**

Det er et sterkt ønske om at pilegrimsvandringen skal være mer enn en fysisk reise – den skal være en kulturell og historisk opplevelse. Forslagene inkluderer konserter, teater, lokalmat, historiske formidlinger og levende kultur langs leden.

- **Synlig og identitetsbyggende**

Trondheim skal fremstå som en tydelig kirke- og pilegrimshovedstad. Deltagerne ønsker merkevarebygging, synlighet i bybildet og en profesjonell mottaksstruktur som gir stolthet og tilhørighet.

- **Samarbeidsorientert og inkluderende**

Mange innspill peker på behovet for samarbeid mellom kirke, kommune, næringsliv og frivillige. Deltagerne ønsker en felles satsing som skaper engasjement og eierskap hos både lokale aktører og besøkende.

- **Bærekraftig og fremtidsrettet**

Det ligger en klar forventning om at satsingen skal være langsiktig, miljøvennlig og bidra til å styrke regionens kulturarv og verdiskaping.

Visjon basert på konklusjon: Deltagerne drømmer om en pilegrimssatsing som kombinerer praktisk tilrettelegging med sterke kulturelle opplevelser, tydelig identitet og bredt samarbeid – alt med mål om å gjøre Trondheim til en levende og attraktiv pilegrimshovedstad i 2030

