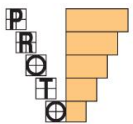


# ART360



## AVAUKSIA TAITEEN TUOTTEISTAMISEEN

OULUN ART360 OSAHANKKEEN  
TOIMINTA 2008-2011



## AVAUKSIA TAITEEN TUOTTEISTAMISEEN – OULUN ART360 OSAHANKKEEN TOIMINTA 2008-2011

### SISÄLTÖ

1. JOHDANTO.....	3
2. KUVATAITEEN PALVELUJEN TUOTTEISTAMINEN JA LIIKETOIMINTAOSAAMINEN.....	4
3. KANSAINVÄLISTYMISEN TIETOPANKKI.....	9
4. TAITEESEEN SJOITTAMISEN TIETOPANKKI.....	10
5. CASE SISUSTUS.....	11
6. CASE MATKAILU.....	15
7. CASE HYVINVOINTI.....	16
8. ART360-KUVATAIDEPÄIVÄT OULUSSA.....	18
9. MANAGERITOIMINTA.....	21
10. LOPPUARVIO.....	22

Kansikuva, Kaisa Logren:  
Kuvataiteilija Anja Kurikka toteutti seinämaalauksen art360-hankkeen osastolle Oulun Raken-  
tajasuilla 2010.

## 1. JOHDANTO

Valtakunnallisen ART360 kuvataidehankkeen tavoitteena oli vuosina 2008-2011 lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä manage-ointi- ja liiketoimintaosaamista. Hankkeen toimijat muodostivat valta-kunnallisen yhteistyöverkoston kuvataidealalle luomaan liiketoiminta-malleja, joilla edistettiin kuvataiteen roolia yhteiskunnan eri alojen ke-hittäjänä. Hanketta koordinoi Satakunnan ammattikorkeakoulu ja osato-teuttajia olivat AV-arkki ry, Helsingin Taiteilijaseura ry, Kuvasto ry, Oulun Taiteilijaseura -63 ry, PROTO – Pohjois-Suomen taideteolliset suunnitte-lijat ry, Suomen Taiteilijaseura, Taidemaalariiliitto ja Tampereen Taiteili-jaseura ry. Hanketta rahoittavat Euroopan Sosiaalirahasto, Hämeen ELY-keskus sekä Helsingin, Kankaanpään, Oulun, Porin ja Tampereen kau-pungit sekä Pohjois-Satakunnan Kehittämiskeskus Oy.

ART360-hankkeen Oulun osahankkeen toiminnasta ovat vastanneet Oulun Taiteilijaseura -63.ry (OTS) ja PROTO – Pohjois-Suomen taideteol-liset suunnittelijat ry (PROTO). Oulun osahankkeen päätehtävänä oli kehittää visuaalisten alojen liiketoimintaa, tuotteistamista ja kansainvä-listymistä. Aihetta lähestyttiin monipuolisesti tarjoten mm. kursseja ja

työkaluja toiminnan kehittämiseen. Kolmen CASE alueen, *hyvinvoinnin*, *matkailun* ja *sisustuksen*, kautta päästiin aiheisiin tutustumaan käytän-nönläheisesti. Kuvataiteen kansainvälistymistä tarkasteltiin mm. Arctic heat -näyttelyprojektin yhteydessä. Lisäksi Oulun osahankkeelle on kuu-lunut tietopankkien kokoaminen taiteeseen sijoittajalle sekä valtakun-nallisen ART360-kuvataidepäivät -tapahtuman järjestäminen.

Toiminta käynnistyi syksyllä 2008 aluekoordinaattori *Helena Ylisirniön* johdolla. Vuonna 2009 aluekoordinaattoriksi siirtyi *Kaisa Nyberg* (nyk. Logren) ja *Taija Leinonen* (nyk. *Sailio*) aloitti alueen visuaalisten alojen managerina. Vuonna 2010 aluekoordinaattoriksi nimitettiin Heidi Huo-vinen ja vuonna 2011 tehtävää on hoitanut managerin toimensa rinnalla *Taija Sailio*. Hanketoiminta päättyi Oulussa syksyllä 2011.

ART360 -hankkeen toiminnot, kuten kurssit, tapaamiset ja tapahtumat, ovat olleet pääosin erittäin suosittuja ja niistä saatu palaute hyvää. Ko-konaisuudessaan tapahtumiin on Oulun alueella osallistunut yli 300 tai-teen ammattilaista. Määrä on huomattava, sillä OTS:n jäsenistöön kuu-luu yli 150 kuvataiteilijaa ja PROTO:on yli 110 muotoilun ja taidekäsityön

ammattilaista; jäsenistön lisäksi on onnistuttu täten tavoittamaan myös runsaasti muita visuaalisten alojen ammattilaisia ja asiakkaita. Muista kaupungeista poiketen Oulun ART360-hankkeen kohderyhmänä olivat alueen kuvataiteilijoiden lisäksi myös muotoilijat ja taidekäsityöläiset. Käytännössä painotus on kuitenkin ollut uniikkituotteiden ja -teosten tekijöissä, joskin muotoilijoita on osallistunut runsaammin esim. CASE Hyvinvointi ja hinnoitteluteemaisiin koulutuksiin. Oulun lisäksi tapahtumia on järjestetty myös Kajaanissa ja Rovaniemellä yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa. Puhtaasti taiteilijoille suunnattujen tilaisuuksien lisäksi useimpiin koulutuksiin on kutsuttu myös muita samasta aiheesta kiinnostuneita osallistujia monialaisen verkottumisen edistämiseksi. Yhteistyö alueellisten toimijoiden, kuten Taidetoimikunnan, Taitajien Tierna hankkeen ja sote-verkoston kanssa, on noussut keskeiseksi osaksi hankkeen toimintaa. Yhteistyön kautta manageri ja taiteilijat ovat päässeet esille useissa tapahtumissa kuten Artteli-verkoston tapaamisissa ja messutapahtumissa.



Oulun osahankkeen kurssi-materiaalit ja muut tulokset on koottu [www.art360.fi](http://www.art360.fi) –portaaliin.

Alaviitteet kertovat Oulun osahankkeen tuottamien sisältöjen sijainnin [art360.fi](http://art360.fi) -sivustolla mutta tiedot löytyvät myös sivuston hakutoiminnon avulla.

## 2. KUVATAITEEN PALVELUJEN TUOTTEISTAMINEN JA LIIKETOIMINTAOSAAMINEN

ART360-hanketta pohjustettiin Oulussa kyselyillä ja infotilaisuuksilla. Managerin aloitettua toimintansa järjestettiin **Tutustumisilta** 26.8.2009. Iltaan osallistui OTS:n ja PROTO:n jäsenten lisäksi edustajia Oulun Taidemuseosta, Iin KulttuuriKauppilasta ja Haukiputaan taideyhdistys ry:stä. Illan ohjelmaan kuului ART360-hankkeen yleinen esittely sekä Oulun osahankkeelle tehdyn toimintasuunnitelman läpikäynti sekä työpaja-osuudet, joissa pohdittiin kurssitarjontaa ja taiteen ja hyvinvoinnin kohtaamista. Keskustelun aiheiksi nousivat mm. taiteen tuotteistaminen sekä managerin ja taiteilijan työnjako.

Tutustumisillan perusteella voitiin todeta, että kuvataiteen näkeminen palveluna ja tuotteistaminen olivat yleisesti ottaen vieraita käsitteitä. Tästä syystä koulutusten järjestäminen aloitettiin syksyllä 2009 konkreettisista taiteilijan toiminnan esittelyyn liittyvistä koulutuksista. **Teoskuvaus kotistudiossa** sekä **Kuvankäsittelyä taiteilijoille ja muotoilijoille** olivat suosittuja kursseja, joiden avulla pohjustettiin myös tulevia markkinoinnin opintoja.<sup>i</sup> **Taiteen sopimukset** kurssilla tutustuttiin ART360-hankkeessa luotuihin sopimus pohjiin. Osallis-tuneiden tarinoista päätel-

len sopimusten tekemiseen on selkeä tarve, vaikkakin sitä vierastetaan sekä taiteilijoiden että asiakkaiden keskuudessa. Sopimusten tärkeyttä ja pohjien olemassaoloa onkin tämän jälkeen korostettu lähes kaikissa hankekoulutuksissa ja tapaamisissa taiteilijoiden kanssa.

Syksyn 2009 kokemusten perusteella nähtiin tarpeelliseksi tarkastella yhteisesti taiteilijan ammatinkuvaa. 4.2.09 järjestetyssä **Ammattina taiteilija** -seminaarissa käsiteltiin taiteilijan erilaisia toimintamuotoja käytännönläheisten puheenvuorojen kautta. Kuvataiteilija *Karoliina Niemelä* osuuskunta Wariasta kertoi yhteisöllisen yrittäjyyden eduista ja haistoista ja taiteilija *Pekka Hannula* loi karun, mutta realistisen kuvan taiteella elämisestä.<sup>ii</sup> Tilaisuus sai kiitosta ajatusten herättämisestä; joillekin se oli antanut luvan ajatella toimintaansa uudesta näkökulmasta. Seminaarin puheenvuoroihin palattiin useissa koulutus-sissa, ja esille tulleet konkreettiset esimerkit avasivat hyvin taidetta palveluna ja tuotteistettuna palveluna.

Osahankkeen toimintasuunnitelmaa kirjoitettaessa tavoitteena on toteuttaa pidempi taiteen palvelujen tuotteistamisen kurssikokonaisuus. Taiteilijoilta saadun palautteen perusteella päädyttiin järjestämään useampia yksittäisiä, joskin toisiaan tukevia koulutuspäiviä, jotka käsittelivät taiteen tuotteistamista ja liiketoimintaosaamista. **Taidosta toimeen** -koulutuspäivät tarjosivat kuvataiteen osaajille mahdollisuuden tutustua

palvelujen tuotteistamiseen Oulussa sekä hankevaihtona Helsingissä ja Tampereella. Koulutuksissa syntyi lukuisia tuoteideoita vaikka tavoitteenä olikin vasta tutustua ajatteluun, jossa taiteilijan ammattiosaaminen on asiakkaalle myytävä palvelu. Osaa tuoteideoista kehitettiin myös yksityisissä tapaamisissa ja ainakin kaksi taiteilijaa on perustamassa liiketoimintaa koulutuksessa saatujen ideoiden pohjalte.<sup>iii</sup>

Verotus, taiteen alv, hinnoittelu ja yritysmuodot herättivät paljon keskustelua useissa koulutuksissa ja tapahtumissa ja osoittautuivat kursseiksi, joissa päivitys ja lisäkoulutus ovat tarpeen lähes vuosittain. **Taiteilijan verotus** -koulutus sai erittäin hyvän palautteen käytännölläheisyydestään. Yksi suosituimmista koulutuksista oli **Luovan työn hinnoittelu**, joka antoi eväitä työn ja teoksen hinnoitteluun<sup>iv</sup>.

Yksi usein toistuneista teemoista on ollut hakemusten tekeminen mm. apurahoihin, projekteihin, näyttelyihin, työpaikkoihin ja yritystoimintaan liittyen. ART360 ja Oulun läänin taidetoimikunnan yhteiseen *Hyvä hakemus* -koulutukseen ei kuitenkaan ilmoittautunut kuin kourallinen taiteilijoita, joten tilaisuus jouduttiin perumaan. Rahoittajatahojen puolesta koulutukselle olisi tarvetta tulevaisuudessa.

Markkinoinnin koulutuksia järjestettiin useista näkökulmista. **Sosiaalisen median** koulutuspäivät toteutettiin yhteistyössä *Dimeke*-hankkeen kanssa ja osallistujilta saatiin positiivista palautetta siitä, että tilaisuu-

desa tutustui myös oman alan ulkopuolisiin henkilöihin. Järjestäjälle yhteistapahtumat aiheuttivat paljon ylimääräistä työtä, mutta olivat kannattavia kulujen jaon ja verkottumisen johdosta. Sosiaalinen media otettiin koulutuksen jälkeen myös voimakkaasti käyttöön järjestöjen toiminnassa.

Tampereen ART360 manageri *Matti Koistinen* vieraili Oulussa mm. **Taiteilijan viestintä ja markkinointi** sekä **Asiakkaan kohtaaminen** -teemojen puitteissa. Suomen taiteilijaseuran Taina Kokkonen kävi myös Oulussa esittelemässä ART360-hankkeen puitteissa uudistunutta **Verkkomatrikkeliä**. Lisäksi hanke tarjosi valmennusta **työnäytöksiin** valmistuneille taiteilijoille. Markkinointi, tuotteistaminen ja sopimukset olivat aiheita myös koulutuksissa, joita järjestettiin Rovaniemellä yhteistyössä Lapin taiteilijaseuran kanssa.<sup>v</sup>

Manageri Taija Leinonen vieraili puhumassa taiteen tuotteistamisesta ja markkinoinnista myös muiden tahojen järjestämissä tilaisuuksissa. Joensuun **InnoViikko** pureutui yritysten kehityshaasteisiin, **Taidesivut.net**:in avajaisissa tarkasteltiin verkkoa taiteilijan markkinointikanavana ja **Kulttuuri Kainuun** tapahtumissa pohdittiin taiteen ja matkailun kytkentöjä. Manageri osallistui myös Kuopion ART360 kokonaisuuden projektikilpailuksen sparraamiseen ja pisteyttämiseen.

Koko hankekauden aikana manageri tapasi **yksityistapaamisissa** yli 50 taiteilijaa ja muotoilijaa. Tapaamisten tavoitteena oli aluksi saavuttaa kokonaiskuva alueen toimijoiden työnkuvasta ja koulutustarpeesta sekä tiedottaa tulevista tapahtumista. Myöhemmin tapaamisissa keskityttiin enemmän henkilökohtaiseen liiketoiminnan kehittämiseen. Teemoja ovat olleet mm. markkinointimateriaalin ja -suunnitelman tuottaminen, hinnoittelu, näyttelyyn valmistautuminen ja liikeideat.

Järjestötasolla taiteen palvelun tuotteistamista ja liiketoimintaosaamisen kehittämistä toteutettiin Taidelainaamo ARTo:n ja Galleria 5:n sekä alueen järjestöjen tuottamien tapahtumien yhteydessä. Kahden toimintavuoden aikana lainaamon ja gallerian toimintaa kehitettiin voimakkaasti tarkastellen mm. palvelun laatua, markkinointia, sopimuksia ja tuotteistamista. Näistä kokemuksista koostettu *Taidetoimijan viestintä- ja markkinointisuunnitelma* on työkalu esimerkiksi taidelainaamon tai gallerian toiminnan kehittämiseen.<sup>vi</sup>

Taidelainaamotoimintaan kehitettiin mallia vuokranäyttelyiden tuottamiseen, mutta sitä ei päästy testaamaan käytännössä henkilöstöresurssien vähäisyyden johdosta. Osasovelluksena manageri solmi Oulun Osuuspankin kanssa sopimuksen **näyteikkunanäyttely** -konseptin pilotoinnista. Oulun osuuspankin Isonkadun konttorin aiemmin tyhjiään ollut näyteikkuna on nyt täytynyt taiteesta jo maaliskuusta 2010 esitellen Oulun taiteilijaseuran kauden taiteilijan teoksia. Yhteistyö on ollut arvokas lisä taidelainaamotoiminnan markkinointiin; se tarjoaa lainaamolle ilmaisen näyteikkunan keskustan katutasossa ja tuo lisänäkyvyyttä mm. Kalevan menot-palstan ja lainaamon facebook-sivujen kautta.

ART360-hanke osallistui managerin työpanoksen kautta mm. **ARToulu – Pohjoisen taiteen teosvälitys, Mukava-muotoilupäivät** ja **Designtori** -tapahtumia suunnitelleisiin ja toteuttaneisiin työryhmiin. Kokemuksia tästä kehitystyöstä on tuotu esille hankkeen koulutuksissa Oulussa, Tampereella, Helsingissä ja Rovaniemellä.



ARToulu – Pohjoisen taiteen teosväli-  
tystapahtuma lanseerattiin vuonna  
2010 Kulttuuritalo Valveella.  
Kuvaaja Taija Leinonen.

### 3. KANSAINVÄLISTYMISEN TIETOPANKKI

ART360-hanke osallistui manageri Taija Leinosen työpanoksen kautta Oulun läänin ja Lapin taidetoimikuntien ja taiteilijaseurojen projektiin, jonka tavoitteena on kehittää ja tukea kansainvälistä näyttelytoimintaa.

**Arctic heat** -projektin ensisijaisena ja toteutuneena tavoitteena oli järjestää pohjoissuomalaisen taiteen esiinmarssi Berliinissä syksyllä 2010.

Arctic heat -näyttely jakaantui viiteen näyttelyyn neljässä berliiniläisessä galleriassa ja näyttelytilassa. Prosessiin kuului mm. valmistelumatka Berliiniin, jonka puitteissa solmittiin hyvät suhteet Berliinin Suomen Suurlähetystöön ja Suomi-Instituuttiin sekä paikallisiin taidetoimijoihin. Näyttelyihin oli avoin haku pohjoissuomalaisille taiteilijoille ja paikalliset kuraattorit valitsivat portfolioiden ja ateljeevierailujen perusteella mukaan 18 taiteilijaa. Useiden yhteistyökumppaneiden löytämisen perusteena oli rakentaa yksittäisestä toimijasta riippumatonta yhteistyöverkostoa Pohjois-Suomen ja Berliinin välille.

Oulun ART360-osahanke järjesti syksyllä 2010 taiteilijoiden kansainvälistä työskentelyä käsittelevän luentosarjan **Kokemuksia kansainvälisty-**

**misestä**. Myös yleisölle avoinna olleet luennot järjestettiin Oulun Taidemuseossa ja Elokuvateatteri Studiassa. Aihetta avattiin eri näkökulmista, mm. *Mikko Paakkola* kertoi kokemuksistaan Keski-Euroopasta, *Moosa Myllykangas* Kiinaan suuntautuneiden näyttelyiden järjestämisestä, *Juha Laakso* opiskelusta Vietnamissa sekä *Teija* ja *Pekka Isorättyä* työskentelystä Meksikossa. *Anni Rapinon* tarina muistutti sekä hyvien sattumien että tiukan työn tarpeellisuudesta; kuten muutkin sarjassa kuullut luennot.

Suomen taiteilijaseuran managerointihankkeessa työskennellyt *Kira Sjöberg* vieraili Oulussa keväällä 2011. Työpajamaisessa **Taiteilijan kansainvälistyminen** -koulutuksessa tehtiin mm. omat henkilökohtaiset kansainvälistymissuunnitelmat. Sjöbergin koulutusta, Arctic Heat projektin tuloksia ja Kokemuksia kansainvälistymisestä -luentomuistiinpanoja on hyödynnetty Tampereella järjestetyssä **Kansainvälistyminen** -koulutuksessa ja art360.fi portaalin kansainvälistymisen tietopankin kokoamisessa<sup>vii</sup>.

## 4. TAITEESEEN SIOITTAMISEN TIETOPANKKI

Taiteeseen sijoittamisen tietopankki -osiota lähestyttiin ART360-hankkeen suurelle yleisölle keskeisesti näkyvänä toimintana. Teema tuotiin ensisijaisesti esille yleisöluentojen muodossa ja yritystapaamisissa. Lisäksi manageri avusti useita taiteesta kiinnostuneita asiakkaita löytämään tarpeeseensa sopivaa taidetta tai taiteilijan. Esimerkiksi Oulun Yliopisto löysi managerin avustuksella taiteilija *Petra Kaminen-Mosherin* maalaamaan professori *Rauli Sventon* muotokuvan.

Oulun **ART360-Kuvataidepäivien** yhteydessä keväällä 2010 taiteeseen sijoittamista tarkasteltiin Rakentajamessujen lavalla järjestetyissä mesu-  
supuheenvuoroissa. Puhujina toimivat taiteen sosiologi *Erno Säisänen*, taiteilija *Pia Feinik*, muotoilija *Päivi Mikola* ja manageri *Matti Koistinen*. Pia Feinik antoi monipuolisesti ohjeita taideteoksen hankintaan puheenvuorossaan, joka on luettavana myös internetissä.<sup>viii</sup>

**ARToulu-seminaari** 26.11.2010 käsitteli taiteen ja liiketoiminnan yhteyttä. Puhujina olivat tutkija *Pauliina Laitinen-Laiho*, taidemaalari *Tero Annanelli* ja kuvanveistäjä *Sanna Koivisto*. Tapahtuma sai hyvän palautteen, joskin jäimme kaipaamaan osallistujiin enemmän yrityspuolen edustajia. Laitinen-Laihosta julkaistiin myös näkyvä artikkeli Oulu-lehdessä, jossa hän antaa vinkkejä taidesijoittamiseen<sup>ix</sup>.

*Lulu – Luova verkosto Oulu* vapaan ryhmittymän **Art&Business -illan** tavoitteena oli tuoda yhteen taiteen ja yritystoiminnan osaajia. ART360 osallistui illan järjestämiseen ohjelman suunnitteluun ja toteuttamiseen managerin työpanoksen kautta. Illan ohjelma oli muunnelma Tampereen Taiteilijaseurassa ART360-hankkeessa kehitetystä Taideraati ohjelmasta, jota on testattu myös Oulussa. Tällä kertaa eri kulttuurin osaluueita esitellyttä taidetta tarkasteltiin siitä näkökulmasta, miten osaa-  
mista voitaisiin hyödyntää toisen alan yrityksen liiketoiminnassa. Polar Electronicsin, Coronarian ja ProPiknik Festivalsin edustajat löysivätkin useita sovelluksia raadissa esitellyille kuvataiteilijan, tanssijan, valokuvaajan, vaatesuunnittelijan ja animaatioryhmän taidoille.<sup>x</sup>



Pauliina Laitinen-Laihosta ARToulu-seminaarissa.  
Kuva OTS:n arkisto.

## 5. CASE SISUSTUS

Case sisustus vei ART360-hankkeen sisustuksen ammattilaisten ja harrastajien pariin useiden messujen kautta. Osallistuminen ART360-hankkeen ja Helsingin, Tampereen ja Oulun taidelainaamojen sekä AV-arkin yhteisosastoon **Habitare**-messuilla syyskuussa 2009 oli tärkeä avaus, joka kannusti Oulun osahanketta osallistumaan aktiivisesti paikallisiin tapahtumiin. Habitare-messujen osaston teemana oli esitellä, miten taide muuttaa kotia, joten osaston teoksia vaihdettiin useasti messujen aikana.

ART360-kuvataidepäivien kanssa samaan aikaan keväällä 2010 Oulussa järjestettiin Oulun Rakentajamessut. Yhteinen ajankohta loi erinomaisen tilaisuuden yhteistyöhön, johon Pohjois-Suomen messut lähti aktiivisesti mukaan. Taide sisustuksessa nostettiin esille messujen tiedotuksessa ja ART360 järjesti messuille luentoja, taiteilijoiden työnäytöksiä ja taidelainaamotoiminnan esittelyä yhteistyössä Taidelainaamo & -myymälä ARTo:n kanssa. Yleisö otti osaston vastaan positiivisesti ihmetellen ja erityisesti työnäytökset kiinnostivat ja herättivät keskustelua.



ART360 toi kuvataiteen Oulun Rakentajamessuilla vuonna 2010.  
Kuva Kaisa Logren.

Vuoden 2010 kokemuksen johdosta yhteistyötä haluttiin jatkaa molemminpuolisella päätöksellä myös vuonna 2011. Tällä kertaa osastolla pilotoitiin Tampereen ART360-osahankkeen kehittämää Taideraatia. Raadissa istuivat mm. sisustussuunnittelija Teuvo Loman ja Oulun apulaiskaupunginjohtaja Sinikka Salo, jotka pitivät raatia erittäin hauskana kokemuksena. Taideraati keräsi molempina messupäivinä myös runsaasti yleisöä.

Yleisö kokoontuneena Taideraatiin sekä tv-sisustaja Teuvo Loman ja Oulun apulaiskaupunginjohtaja Sinikka Salo Rakentajamessuilla 2011.  
Kuvat Kirsikka Rantalainen



Vuoden 2011 Rakentajamessuille tuotiin myös taiteilijoiden työnäytöksiä. Kirsikka Rantalainen haastatteli mukana olleita taiteilijoita, jotka pitivät työnäytöstä oivallisena tilaisuutena levittää tietoa taiteesta ja sen tekniikoista sekä seurata yleisön reaktioita. Haastattelut ja työnäytökseen valmistautumisohjeet löytyvät art360.fi portaalista<sup>xi</sup>.

Vuoden 2011 uutuuksena messuilla nähtiin Taideklinikka, joka tarjosi ilmaisia vastauksia kävijöiden taiteeseen liittyviin kysymyksiin. Klinikalla tohtoroivat kehystäjät *Sakari Pekkala* ja *Pekko Soila*, sisustussuunnittelija *SI Raija Heikkilä*, taidegraafikko *Juha Laakso*, kuvataiteilija ja kulttuurintuottaja *Raija Kristo* ja manageri *Taija Leinonen*. Pikaisen aikataulun johdosta Taideklinikkaa ei ehditty ennakkomarkkinoida tarpeeksi mutta idea osoittautui silti varsin toimivaksi.

Yritysassiakkaita ja kodin sisustajia tavoitettiin myös ARToulu-teosvälitystilaisuudessa marraskuussa 2010 Taideraadin pilotoinnin ja tietoisukujen avulla. Hanke kävi neuvotteluja Kokkolan Asuntomessujen organisaation kanssa taiteen tuomisesta kesän 2011 asuntomessuille, mutta toiminta luovutettiin kuitenkin paikallisille organisaatioille.



Taiteilijat Juha Laakso ja Raija Korppila vedostavat grafiikkaa vuoden 2011 Oulun Rakentajamessujen viihteessä. Kuva: Kirsikka Rantalainen.

## 6. CASE MATKAILU

Matkailu kiinnosti teemana useita taiteilijoita ja koska alueella oli meillä lukuisia samasta teemasta kiinnostuneita hankkeita ja toimijoita, katsottiin Oulun osahankkeessa parhaaksi etsiä voimaa yhteistyöstä. Kumppaneiksi valikoituivat *Taitajien Tierna* –hanke sekä *OAKK:n matkailuala ammatiksi* –ryhmä, joiden kanssa järjestettiin keväällä 2011 **Luova Matka starttiseminaari**. Seminaarissa tutustuttiin alueen matkailutoimijoihin; Rokuan Geopark, Kierikkikeskus, Kalajoen ja Lininganlahden luontokeskukset sekä Syöte esittelivät toimintaansa ja määrittelivät tuotetarpeitaan päivän workshop-osuudessa. Seminaarin osallistujat saivat täten vahvan pohjan asiakaslähtöiseen tuotteistamiseen. Seminaarin jälkeen useat osallistujat ovat tavanneet yksityisesti matkailukohteiden toimijoiden kanssa, joten seminaari täytti tehtävänsä yhteistyön starttaajana.<sup>xii</sup>

Manageri Taija Leinonen osallistui asiantuntijavieraana Vuokatin Snowpoliksessa järjestettyyn Kulttuurin ja matkailun tuotekehitystyöpajaan sparraten kulttuuri- ja matkailualojen toimijoita. Matkailuun liittyviä tuotteita on käsitelty myös tuotteistamiseen liittyneissä koulutuksissa.

Paikallisen taiteen suosimiseksi matkailuympäristöjen rakennusprojekteissa suunniteltuun kampanjaan ei toteutettu, koska ideaa lähdettiin selvittämään Kuopion ART360-hankkeen puitteissa. Oulun Case Matkailu -toimintojen kokemukset on koostettu artikkeliin Taide ja matkailu<sup>xiii</sup>.

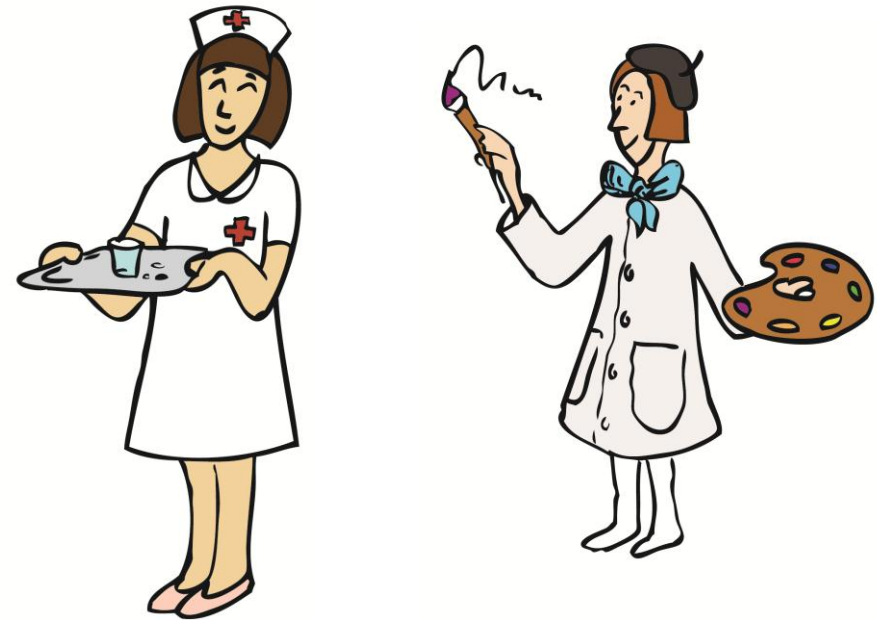


Työryhmä valmistautuu haastattelemaan matkailualalla toimivaa asiakasta Luova matkailu starttiseminaarissa. Kuva: Seija Tikka

## 7. CASE HYVINVOINTI

Case-aiheista ajankohtaisimmaksi nousi hankkeen toiminnan aikana hyvinvointi. Teemaa käsiteltiin ensimmäistä kertaa julkisesti ART360 kuvataidepäivien Ympäristöstä hyvinvointia -ammattilaisseminaarissa 15.4.2010. Puhujina toimivat mm. taiteilija *Veronica Slater* ja arkkitehti *Heikki Lamusuo*. Yleisenä näkökulmana oli ympäristöissä koettu hyvinvointi ja taiteen rooli viihtyvyydessä.<sup>xiv</sup>

**Taide hoitoympäristössä** –workshop 9.9.2010 kokosi yhteen hyvinvointi- ja taidealojen toimijoita. Kouluttaja *Marketta Heinonen* on sekä muotoilija että hoitaja, joten workshop sisälsi paljon käytännönläheistä tietoa ja kokemusta näiden kahden maailman yhdistämisestä. Palautteiden perusteella päivä koettiin antoisaksi juuri monialaisen yhteistyön johdosta. Osallistujat olivat yksimielisiä siitä, että taide ja kulttuuri tulisi sisällyttää osaksi hoitoalan koulutusta ja hoitosuunnitelmaa, jotta se tulee osaksi päivittäistä toimintaa ja täten myös osalliseksi määrärahoista.<sup>xv</sup> Kenties tässä olisi mielenkiintoinen aihe monialaiseen jatkohankkeeseen.



Työpajan osallistujat eläytyivät erilaisiin tilanteisiin roolikorttien avulla.  
Piirroksat: Heidi Huovinen



Taija Leinonen ART360 hankkeen ja PROTO ry:n yhteisosastolla Mukava -muotoilumessuilla.  
Kuva: Juha Mäkitalo

ART360-hanke oli mukana Oululaisia taide- ja taidekäsityöalojen edustajia yhdistäneessä MUKAVA -muotoilupäivillä<sup>xvi</sup>. Seminaarin teemana oli Hyvinvointi ja puhujina kuultiin mm. Tia Vanhatapiota. Messuilla esiteltiin mm. ART360-hankkeen Kokemuksia kansainvälistymisestä -luentosarjaa.

Manageri edusti visuaalista taidetta useissa kulttuurin ja taiteen toimijoita yhdistäneissä tapahtumissa. Taide terveys ja tavallinen ihminen – seminaarissa tarkasteltiin hyvinvointia asukastupaverkoston kautta, Kulttuurikahveilla esiteltiin molempien puolien toimijoita ja Kulttuurista hyvinvointia, paneelikeskustelussa pohdittiin, miten tuoda yhteen kaksi toisilleen jokseenkin vierasta, mutta samasta tavoitteesta kiinnostunutta ryhmää, taiteilijat ja hyvinvointialojen ammattilaiset.

Paneeli-keskusteluun osallistuivat kehityspäällikkö *Olli Rantala* Oulun kaupungin Kulttuuri- ja tapahtumayksiköstä, yhteyspäällikkö *Juha Fränti* Oulun kaupungin sosiaali- ja terveystoimesta, Terveystoimen edistämisen yksikön johtaja *Veikko Kujala* Pohjois-Pohjanmaan Sairaanhoidopiiristä sekä visuaalisten alojen manageri *Taija Leinonen* ART360-hankkeesta.

Sekä Oulun Taiteilijaseura että PROTO jättivät Oulun Sosiaali- ja terveystoimen Nero -toimintarahahakemuksen kulttuurista hyvinvointia -toimintaan. Manageri oli mukana ideoimassa ja toteuttamassa hakemuksia. Molemmat järjestöt saivat toimintarahan ja toiminta on alkanut syksyllä 2011. Oulun Taiteilijaseuran ja Oulun Setlementin Ystävyystaloon yhteinen *Inspiroiva Oulu* -projekti on tutustuttanut monikulttuurisen nuorisoryhmän oululaisuuteen ja erilaisiin kuvataiteen tekniikoihin. Projekti työllisti kolme kuvataiteilijaa os aikaisesti ja on saanut erittäin hyvän palautteen osallistujilta. Projekti on ollut hyvä esimerkki kuvataiteen soveltavasta käytöstä nuorisotyössä.

## 8. ART360-KUVATAIDEPÄIVÄT OULUSSA

Hanketoiminnan isoin ja näkyvin tapahtuma ART360-Kuvataidepäivät Oulussa järjestettiin 15.-16.4.2010. Tapahtuman suunnittelu aloitettiin syksyllä 2009 ja teemoiksi valikoituivat hankesuunnitelman mukaisesti *Taide&Tila*, joka sisälsi mm. CASE sisustukseen ja rakentamiseen liittyviä teemoja sekä *Taide&Verkosto*, joka johdatti yleisön manageritoiminnan ja kansainvälistymisen teemoihin. Tapahtuman suunnittelussa olivat mukana mm. Oulun Taidemuseon johtaja *Anna-Riikka Hirvonen*, KulttuuriKauppilan johtaja *Leena Vuotovesi* ja Oulun läänin taidetoimikunnan suunnittelija *Kimmo Suortamo* sekä lukuisia OTS:n ja PROTO:n jäseniä.

Päivät sisälsivät useita erilaisia kokonaisuuksia. Taiteen ammattilaisille suunnatut Hotelli Lasaretin Aurora –salissa järjestetyt seminaarit keräsivät paikalle yleisöä Hangosta Rovaniemelle. Torstain **Ympäristöstä hyvinvointia** –seminaariin osallistui 87hlö ja illan päättäneeseen **Pecha Kucha** illanviettoon yli sata visuaalisen alan toimijaa.



Heikki Lamusuo esittelee Taiteen Kaavaa Ympäristöstä hyvinvointia –seminaarissa. Kuva Kaisa Logren



Nuorten arkkitehtuurityöpaja haastoi osallistujia pikaiseen askarteluun osana Pecha Kucha -iltaa.  
Kuva Kaisa Logren.

Samaan aikaan tapahtunut lentokentät sulkenut tulivuorenpurkaus Islannissa aiheutti uudelleen järjestelyjä myös seminaariin. Onneksi myös perjantain **Taiteen managementi** –seminaari saatiin järjestettyä internetin välityksellä, vaikka pääpuhujat *Krista Mikkola* ja *Pilvi Kalhama* eivät päässeet Ouluun. Paikalle saapui 66 kuulijaa.

Perjantaina yleisöllä oli käytettävissään Oulun läänin taideoimikunnan tarjoama **Taideonnikka**, joka johdatti kävijät Oulun taidekohteisiin sekä kurvasi **Rakentajamessujen** kautta. Messuille ART360 vei luentoja ja taiteilijoiden työnäytöksiä. Kävijöitä messuilla oli n. 18 000hlö.<sup>xvii</sup>

Taiteilija Niilo Komulainen esittelee metallivalun työvaiheita Oulun Rakentajamessuilla 2010. Kuva Kaisa Logren.



## 9. MANAGERITOIMINTA

ART360-hanke osallistui kesällä 2010 **Suomi Areena** -tapahtumaan paneelikeskustelulla ”*Saako taidetta manageroida*”. Keskusteluun osallistuivat kuvataiteilija *Miina Äkkijyrkkä*, galleristi *Krista Mikkola*, kuvataiteilija *Jussi Matilainen*, Suomen taiteilijaseuran toiminnanjohtaja *Petra Havu*, Areenan kuvataidejaoston puheenjohtaja *Matti Velhonoja*, manageri *Kira Sjöblom* sekä manageri *Taija Leinonen*.<sup>xviii</sup> Keskustelun teema liikkui vankasti taideteosten myymisen ympärillä, joskin ART360-hanke on osoittanut, että managerin työkenttä sijaitsee aivan muualla, vaikkakin toiminnan tavoite on varmasti sama; tuoda tuloja taiteilijalle.

Oulun osahanke toimi testiympäristönä taiteen manageritoiminnan kehittämiseksi. Jo varhain oli selvää, että managerin asiakkaita olivat sekä alueen järjestöt että yksittäiset taiteilijat, joiden toimintaa manageri kehitti hankesuunnitelman puitteissa. Taiteilijat ja yritykset ottivat managerin lämpimästi vastaan ja manageri tapasikin henkilökohtaisesti yli 50 taiteilijaa sekä kymmeniä yrittäjiä ja sote-alan toimijoita.

Managerin tehtävänä oli myös edustaa alan luovia osaajia erilaisissa tapahtumissa, kokouksissa ja projekteissa. Kahden toimintavuoden aikana manageri osallistui oman hanketoiminnan ohella yli kahteenkymmeneen muun tahon järjestämään tilaisuuteen puhujana, asiantuntijavieraana tai alueen taidetoimijoiden edustajana sekä oli järjestämässä kolmea hankkeesta erillistä tapahtumaa. Managerit *Taija Leinonen* ja *Matti Koistinen* kutsuttiin vierailullaan pohjustamaan managerin palkkaamista myös Lappiin. *Merja Miittinen*, jota *Leinonen* oli haastattelemassa tehtävään, on toiminut Lapin alueen managerina 1.7.2010 alkaen. Myös *Kainuun Kulttuuriyhdistys* lähtee tavoittelemaan *Kainuulle* omaa manageria ART360-hankkeen inspiroimana. Merkittävänä manageritoiminnan saavutuksena voidaan pitää valtakunnallisesti muodostunutta laajaa yhteistyöverkostoa.

## 10. LOPPUARVIO

ART360-hankkeen aloitusvaiheessa 2008 todettiin taidekentän olevan lukuisten haasteiden edessä; ongelmina nähtiin mm. taiteilijoiden heikko asema ja taiteen potentiaalin vajaakäyttö suomalaista kilpailukykyä ja innovaatioita rakennettaessa. Mahdollisena ratkaisuna nähtiin kuvataiteen alan markkinointi- ja liiketoimintaosaamisen kehittäminen, jota tarkasteltaisiin sekä yrittäjyyden että manageritoiminnan näkökulmista. Hankkeen päätavoitteeksi määriteltiin lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä ja tavoitteelliseen toimintaan tähtäävää managerointi- ja liiketoimintaosaamista sekä löytää uusia liiketoimintamalleja, jotka edistävät kuvataiteen alan roolia yhteiskunnan eri alojen kehittäjänä. Hanksuunnitelmassa arvioitiin, että kuvataiteen alalla ei ole totuttu puhumaan markkinoinnin ja liiketoiminnan termeillä ”mutta nyt voi olla uudenlaisen ajattelun mahdollisuus”. Todettiin myös, että ”Nykytaiteilija on valmis tekemään yhteistyötä aivan uusien tahojen kanssa.” Kuvataideyhteisöllä on siis valmiuksia ja tarpeita uusien liiketoimintamallien käyttöönottoon.”<sup>xix</sup>

Oulun ART360-osahankkeen toiminta osoittaa, että hankkeen lähtökohdat ovat olleet totuudenmukaisia; moni taidekentän toimijoista kokee

asemansa heikoksi ja on erittäin valmis yhteistyöhön ja monialaiseen toimintaan; tämän todistaa mm. kiinnostus järjestettyjä monialaisia koulutuksia kohtaan. Sen sijaan suhtautuminen liiketoiminnallisuuteen ja markkinointiin epäilyttää useimpia tapaamiani taiteilijoita, joskin järjestötasolla liiketoiminnallinen ajattelu on jo hyväksyttyä. Esimerkiksi Oulun osahankkeen tavoitteissa mainittu palvelujen tuotteistaminen on ollut termi, joka selvästi nostaa taidekentän karvat pystyyn aiheuttaen selkeää vastustusta; taide ei ole tuote eikä taiteilija palvelija! Myös halukkuus yrittäjyyteen tai halukkuus oman toiminnan mieltämiseen yritystoimintana on ollut pientä.

Kuten aina uuden asian äärellä, on ymmärrettävää, että tuntematonta on helpompi vastustaa kuin nähdä vaivaa siihen tutustumiseen. ART360-hankkeen myötä voidaan kuitenkin todeta, että taidekentältä löytyy jo joukko edelläkävijöitä, jotka ovat valmiita tarkastelemaan uusia mahdollisuuksia taiteilijan ammatissa toimimiseen. Nämä henkilöt ovat olleet valmiita asettamaan toiminnalleen tavoitteita ja tarkastelemaan niitä mm. markkinoinnin ja tuotteistamisen työkalujen avulla; tinkimättä kuitenkaan oman taiteellisen työnsä arvosta. Tätä joukkoa, jota ei voi kuvata iän, sukupuolen, koulustaustan tai muun demografisen tekijän kautta, yhdistää halu työskennellä taiteen ammattilaisena osana yhteiskuntaa eli tehdä mielekästä ja laadukasta työtä saaden siitä myös oikean palkkion. Nämä edelläkävijät ovat avainhenkilöitä hankkeen ajatusmaailman ja tulosten jalkautumisessa luontevaksi osaksi taidekenttää.

Suhtautuminen manageritoimintaan on ollut pääosin myönteistä, mutta myös ristiriitaista. Taiteilijat ottivat managerin lämpimästi vastaan ja n.50 taiteilijaa käytti hyväkseen mahdollisuuden henkilökohtaiseen neuvontaan ja koulutusten osallistujamäärät olivat hyviä. ART360-hankkeen koulutus- ja manageritoiminnan tavoitteena on ollut tarjota osallistujille työkaluja oman toimintansa kehittämiseen ja managerointiin. Tämä on herättänyt huolta taiteilijan muuhun kuin taiteen tekemiseen käyttämän työmäärän lisääntymisestä. Koulutuksien yhteydessä käydyt keskustelut ovat kuitenkin todistaneet että konkreettiset työkalut kuten sopimus-pohjat ja oppi esim. markkinoinnista ovat säästäneet aikaa taiteelliselle toiminnalle. Kaikkea ei kuitenkaan ole mielekästä tehdä itse; merkityksellistä on myös tietää mitä tarvitsee ja mistä apua saa.

Pahimmillaan manageri nähtiin kauppiana, joka hoitaa kaiken myyntityön taiteilijan puolesta. Sama ajatus oli herännyt myös galleristien keskuudessa. Muun muassa SuomiAreena keskustelu oli herättänyt närää galleristeissa; nähtiin että managerit uhkaavat gallerioiden toimintaa ja toisaalta, että managerin työ on jo pitkään ollut osa galleristin työtä. Tapa, jolla Oulun ART360-hankkeessa lähestyttiin manageritoimintaa, ei pyrkinyt millään tavalla hankaloittamaan tai aliarvostamaan galleristien toimintaa. Lähtökohtana manageritoiminnassa oli päivittää taiteilijoiden liiketoiminnallista ammattiosaamista ja kehittää palveluita, joita kovin-kaan moni galleria ei edusta. Lisäksi taiteilija, jonka viestintä- ja hinnoit-

telutaidot ovat kunnossa manageriosaamisen ansiosta helpottaa myös galleristin työtä.

Suurin merkitys manageritoiminnalla oli kuitenkin järjestötason toiminnan kehittämisessä. Liiketoimintaosaamisen tuominen järjestöjen toimintoihin vaikuttaa selkeältä välttämättömyydeltä määrärahojen yhä pienetessä ja kontaktihenkilön tarve osoittautui suureksi järjestöjen ja taiteen näkyvyyden kannalta. Järjestön kautta manageri pystyy palvelemaan suurta määrää yksittäisiä taiteilijoita ja saadut tulokset hyödyttävät koko jäsenistöä. Liiketoiminnallisesti ajateltuna asiakassuhde yksittäisen taiteilijan ja managerin välillä ei vielä ole realistinen. Nykyisessä tilanteessa, jossa taidemarkkinat eivät vielä ole saavuttaneet murto-osaakaan mahdollisesta potentiaalistaan mutta jossa taiteilijoilla on kiinnostusta monialaisuuteen ja yhteisöllisyyteen, nousee manageritoiminta yhä tärkeämmäksi. Hankkeen perusteella on selvää, että sekä taiteilijat että asiakkaat kaipaavat tulkkia ja välittäjää ja tässä managerin toimiminen osana järjestöä on osoittautunut hyväksi ratkaisuksi.

Hankkeen aikana on rakentunut laaja ja monialainen yhteistyöverkosto. Oulun ART360-hanke on tehnyt yhteistyötä mm. Oulun Taidemuseon, Oulun ja Kainuun taidetoimikunnan, Taiteen keskustoimikunnan Suomen Taiteilijaseuran ateljeesäätiön, Oulu 15-, Dimeke- ja Taitajien Tierna -hankkeiden, OAKK:n, Hotelli ja Ravintola Lasaretin, Oulun Diakonissalaitoksen säätiön, Oulun musiikkivideofestivaalien, Roveniemi Design Weekin, Taito Pohjois-

Pohjanmaa ry:n, Pohjois-Suomen Arkkitehdit SAFA:n, Pohjois-Pohjanmaan liiton, Pohjois-Suomen messujen, Artteli-verkoston ja lukuisten muiden toimijoiden ja yritysten kanssa, joille kaikille kuuluu kiitos hyvästä yhteistyöstä!

Yhteistyökumppanit valikoituivat hankesuunnitelman mukaisten tavoitteiden mukaisesti ja yhteistyön tavoitteena oli aina löytää kaikkia osapuolia hyödyttävä ja taiteen roolia edistävä lopputulos. Erityisen hyödyllistä oli yhteistyö alueen yritysten kuten Pohjois-Suomen messujen kanssa, koska molemmilla oli sama tavoite; tarjota messukävijöille aivan uutta nähtävää. Taiteilijoiden työnäytökset, Taideraati ja Taideklinikka ovat hankkeessa syntyneitä innovaatioita, joiden avulla taide tulee suurelle yleisölle helposti lähestyttäväksi. Taloudellisesti ja sisällöllisesti hyödyllisimpiä koulutuksia olivat ne, jotka järjestettiin yhteistyössä toisen hankkeen kanssa. Työ ja vastuunjako sujuivat jokaisella kerralla kitkatta, joskin eriävien hankekäytäntöjen ja –byrokratian yhteensovittaminen tuotti paljon työtä. Esimerkiksi Mukava-muotoilumessuilla jouduttiin jakamaan osallistujille kolmet erilaiset taustatieto- ja palautelomakkeet. Tämä aiheutti sekaannuksia ja vähensi osallistujien halukkuutta palauttaa pyydettyjä asiakirjoja.

Osahankkeen tiedotuksellisina tavoitteina oli tavoittaa alueen visuaalisten alojen ammattilaiset hanketoimintaan osallistamisen kärjellä. Lisäksi

hankkeen tavoitteena oli nostaa tavoitteiden mukaisia teemoja esiin suurelle yleisölle. Sisäisen tiedottamisen kanavina käytettiin uutiskirjettä, joka lähetettiin suoraan n.300 vastaanottajalle, PROTO:n ja OTS:n jäsentiedotusta sekä hankkeen yhteistä Facebook-ryhmää. Kautta toimintavuosiensa ART360-hanke on näkynyt säännöllisesti alueen medioissa. Artikkelit ja haastattelut ovat koskeneet sekä hanketta itseään että hankkeen kautta esiin nostettuja aiheita. Esimerkiksi Kajaanissa artikkeli kirjoitettiin suoraan koulutuksesta itsestään ja Kokemuksia kansainvälistymisestä -luentosarja poiki Kalevaan laajan artikkelin Teija ja Pekka Isorättyästä<sup>xx</sup>.

Hankkeen alasajovaiheessa on kiinnitetty erityistä huomiota kehitettyjen palveluiden ja hyvien käytäntöjen jatkumiseen ja levittämiseen. Esimerkiksi yhteistyökumppanuuksiin on määritelty uudet yhteyshenkilöt jatkamaan mm. messutoimintaa hankkeen jälkeen. ART360-portaali on merkittävin tietopankki hankkeen tuloksista ja sen materiaalia on laajasti linkitetty myös järjestöjen ja yhteistyökumppaneiden sivustoille.

Kokonaisuudessaan Oulun ART360-osahankkeen toiminta on ollut aktiivista ja se on saanut erittäin hyvää palautetta sekä osallistuneilta taiteilijoilta, järjestöiltä että yhteistyökumppaneilta. Toiminta-alueen laajuuden johdosta kaikkiin osa-alueisiin ei ollut mahdollista paneutua, mutta tehty työ toimii alkukartoituksena ja ponnahduslautana tulevalle toiminnalle. Taiteen parissa on vielä paljon kartoittamattomia mahdollisuuksia!

# AVAUKSIA TAITEEN TUOTTEISTAMISEEN – OULUN ART360 OSAHANKKEEN TOIMINTA 2008-2011

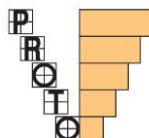
ART360 Oulun osahankkeen loppuraportti, Taija Sailio, 2011



ART360 on valtakunnallinen kuvataidehanke, jonka tavoitteena on lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä managerointi- ja liiketoimintaosaamista. Hankkeen toimijat luovat valtakunnallisen yhteistyöverkoston kuvataidealalle. Verkosto luo uusia liiketoimintamalleja, joilla edistetään kuvataiteen roolia yhteiskunnan eri alojen kehittäjänä. Alueelliset toimijat toteuttavat uusia liiketoimintamalleja ja siirtävät osaamisen ja hyvät käytänteet kuvataidealan käyttöön.

Hanketta koordinoi Satakunnan ammattikorkeakoulu. Hankkeen osatoteuttajia ovat AV-arkki ry, Helsingin Taiteilijaseura ry, Kuvasto ry, Oulun Taiteilijaseura -63 ry, PROTO – Pohjois-Suomen taideteolliset suunnittelijat ry, Suomen Taiteilijaseura, Taidemaalari liitto ja Tampereen Taiteilijaseura ry.

Hanketta rahoittavat Euroopan Sosiaalirahasto, Hämeen ELY-keskus sekä Helsingin, Kaanpään, Oulun, Porin ja Tampereen kaupungit sekä Pohjois-Satakunnan Kehittämiskeskus Oy.



Viittaukset art360.fi portaalin sisältöihin:

---

<sup>i</sup> Kurssimateriaalit: <http://www.art360.fi/koulutukset/valokuvaaminen-ja-kuvankasittely/>

<sup>ii</sup> Luentomateriaalit: <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/taiteilijana-toimimine/suunnittelu/> ja <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/taiteilijana-toimimine/managerointi>

<sup>iii</sup> Kooste Taidosta toimeen -kurssimateriaaleista <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/taiteilijana-toimimine/tuotteistaminen/>

<sup>iv</sup> Luentomateriaalit <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/hinnoittelumyynti/hinnoittelu/> ja excel-työkalu: [www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/tyokaluja/](http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/tyokaluja/)

<sup>v</sup> Kurssi- ja luentomateriaalit: <http://www.art360.fi/koulutukset/markkinointi-viestinta-ja-sahkoinen-liiketoiminta/>

<sup>vi</sup> Taidetoimijan viestintä- ja markkinointisuunnitelma -pohja: <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/markkinointi-viestinta/>

<sup>vii</sup> <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/kansainvalistyminen/>

<sup>viii</sup> Pia Feinikin luentomateriaali: <http://www.art360.fi/taiteen-hankkiminen/>

<sup>ix</sup> <http://www.forum24.fi/uutiset/laita-kymmenys-taiteeseen>

<sup>x</sup> <http://www.art360.fi/artbusiness-oulu/> ja <http://www.taidesivut.net/site/luluilmoittautuminen>

<sup>xi</sup> <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/markkinointi-viestinta/messut/tyonaytos/>

<sup>xii</sup> Tapahtuman ohjelma ja kuvaus: <http://www.art360.fi/luovamatka/>

<sup>xiii</sup> <http://www.art360.fi/taiteen-hankkiminen/taiteilijapalveluita/taide-ja-matkailu/>

<sup>xiv</sup> Luentomateriaalit: <http://www.art360.fi/art360/kuvataidepaivat/seminaari/>.

---

<sup>xv</sup> Koulutusmateriaali ja ryhmätöiden tulokset: <http://www.art360.fi/taiteen-hankkiminen/taiteilijapalveluita/taide-hoitoymparistossa/>

<sup>xvi</sup> <http://www.taitopohjoispohjanmaa.fi/muotoilupaivat/>

<sup>xvii</sup> ART360-kuvataidepäivien materiaali: [www.art360.fi/http://www.art360.fi/art360/kuvataidepaivat](http://www.art360.fi/http://www.art360.fi/art360/kuvataidepaivat)

<sup>xviii</sup> <http://www.art360.fi/kesan-suomiareenan-parhaat-palat-nyt-videolla/>

<sup>xix</sup> ART360 projektisuunnitelma

<sup>xx</sup> <http://www.kaleva.fi/uutiset/invalidirobotti-muutti-saksaan/878918>