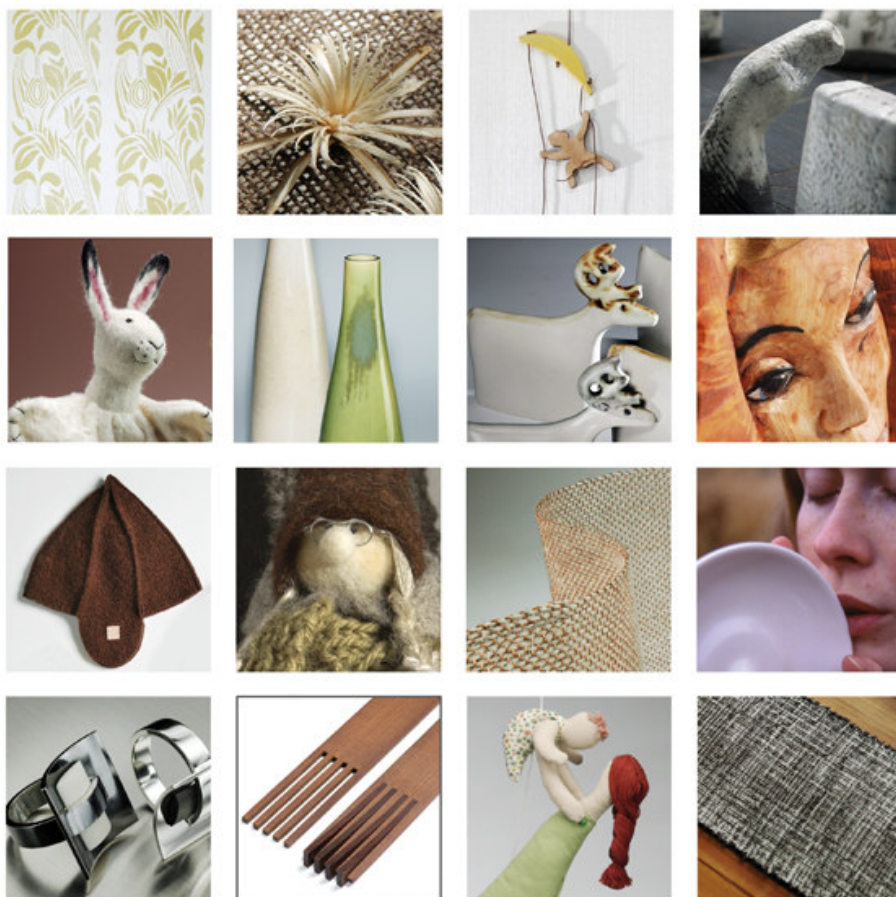




POHJOIS-POHJANMAAN MUOTOILUOHJELMA

-KÄSITYÖ- JA MUOTOILUALAN YRITYSTEN KEHITTÄMISHANKE-

LOPPURAPORTTI

16035 - Alma
16030 - Tavoite 1



Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma

Projektinro: 16035

Diaarinro: 786/3514-2004

Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma

Projektinro: 16030

Diaarinro: 787/3510-2004

Raportoijat:

Projektipäällikkö Elsa Ukonmaanaho

Projektipäällikkö Ilkka Tamminen

Projektsihteeri Marja-Liisa Hentilä

Hankkeen hallinnoija:

Oulun kaupunki / Ouluseutu Yrityspalvelut

PL 22 (Elektroniikkatie 3)

90015 Oulun kaupunki

puh. 08-558 41300 (Heikki Aalto)

puh. 08-558 41306 (Tuula Kaan-Toropainen)

fax. 08-558 41702

e-mail: etunimi.sukunimi@ouka.fi

1	Hankkeen taustaa	4
1.1	Lähtökohdat	4
1.2	Hankkeen tavoitteet	5
1.3	Aikataulu	6
1.4	Kokonaisrahoitus	6
1.4.1	Alma-alue	6
1.4.2	Tavoite 1-alue	7
1.5	Hankeorganisaatio	8
1.6	Ohjausryhmä	8
2	Hankkeen toimenpiteet	10
2.1	Hankkeen käynnistäminen	10
2.2	Mukana olleet yritykset	10
2.2.1	Alma-alue	12
2.2.2	Tavoite 1-alue	13
2.3	Kehittämisryhmätoiminta	14
2.4	Yhteisosallistumiset	16
2.5	Asiantuntijapalvelut	20
2.6	Verkostoituminen	21
3	Hankkeen tulokset	23
3.1	Tavoitteiden saavuttaminen	23
3.1.1	Alma-alue	24
3.1.2	Tavoite 1-alue	24
3.2	Indikaattorit	25
3.2.1	Alma-alue	25
3.2.2	Tavoite 1-alue	25
3.3	Palautteet yrittäjiltä	25
3.3.1	Alma-alue	26
3.3.2	Tavoite 1-alue	27
3.4	P-P:n käsi- ja taideteollisuusalan kehittämisstrategian toteutuminen	29
4	Taloudellinen toteutuma	31
4.1	Julkinen rahoitus	31
4.1.1	Alma-alue	31
4.1.2	Tavoite 1-alue	32
4.2	Kerätty yksityisrahoitusosuus	33
5	Tiedotus ja julkisuus	34
6	Kokemuksia ja johtopäätöksiä hankkeesta	35
6.1	Projektipäälliköiden arvio hankkeesta	35
6.2	Ohjausryhmän arvio hankkeesta	37
6.3	Jatkokehittämisehdotukset	37
LIITE 1	Yhteenveto kehittämisryhmätapaamisista	38
LIITE 2	Yhteenveto hankkeessa tuotetusta tiedotusmateriaalista	41

1 Hankkeen taustaa

1.1 Lähtökohdat

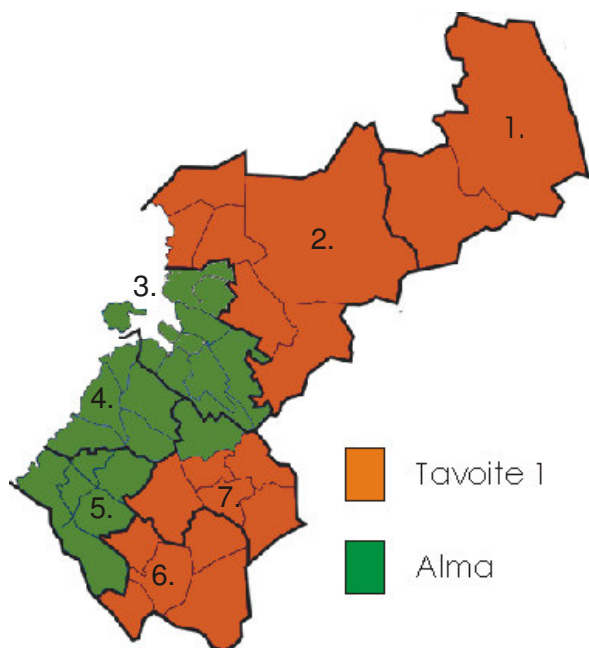
Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma perustuu Pohjois-Pohjanmaan liiton julkaisemaan käsi- ja taideteollisuusalan kehittämisstrategian toteuttamiseen. Tärkeimpänä alueena siinä on liiketoiminnallinen kannattavuus. Keskeiset kehittämistavoitteet ovat Bothnia Design –toimintaympäristön luominen, alan imagon kehittäminen, yritysten osaamisen kehittäminen, veturiyritysten ja verkostojen kehittäminen sekä toimivien yritysten tukeminen. Näistä ensin mainitut ovat toteutumassa jo meneillään olevien hankkeiden ja oppilaitosten kautta ja jälkimmäisiin on tarkoitus pureutua muotoiluohjelman kautta.

Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma on jaettu kahteen erilliseen hankkekokonaisuuteen;

- **Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma, Tavoite 1 –alue**
- **Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma, ALMA –alue**

Yhdessä hankkeet muodostavat koko Pohjois-Pohjanmaan alueen kattavan kehittämishankkeen. Hankkeet eroavat toisistaan toiminta-alueiden, budjetin ja yrittäjien osalta. Hankkeiden tavoitteet ja toimintatavat ovat yhtenevät.

Tämä raportti käsittelee sekä Tavoite 1 -ohjelma-alueen että Alma-alueen hankkeita. Suurin osa hankkeen toimenpiteistä oli yhteneväisiä molemmille hankekokonaisuuksille, minkä takia kahden erillisen raportin kirjoittaminen olisi ollut turhaa. Raportissa kuitenkin huomioidaan molemmat hankekokonaisuudet omina kokonaisuuksinaan, niiltä osin kuin se on informaation välittymisen kannalta olennaista.



Pohjois-Pohjanmaan alue rakentuu seitsemästä seutukunnasta.

1. Koillismaan seutukunta
2. Oulunkaaren seutukunta
3. Oulun seutukunta
4. Raahen seutukunta
5. Ylivieskan seutukunta
6. Nivala-Haapajärven seutukunta
7. Siikalatvan seutukunta

Kuva 1. Pohjois-Pohjanmaan alue.

Karttalähde Pohjois-Pohjanmaan liitto

1.2 Hankkeen tavoitteet

Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma tähtäsi alueen käsityö- ja muotoilualan yritysten ja verkostojen kehittämiseen Pohjois-Pohjanmaan alueella. Tavoitteena oli edistää liiketoimintaosaamista ja yritysten kannattavuutta markkinoinnin, tuotekehityksen, verkosto- ja teknologiaosaamisen, tutkimuksen ja kansainvälisten asioiden kehittämisen myötä. Hankkeen toivottiin linkittävän kärkiyritykset, rahoittajat, asiakkaat, polikset, oppilaitokset, yliopiston ja median tiiviiseen yhteistyöhön.

Hankkeen kohderyhmänä Alma-alueella olivat kaikki Oulun, Raahen, Ylivieskan sekä Siikalatvan (Rantsila) seutukuntien alueella toimivat käsi- ja taideteollisuusalan kärkiyritykset puu-, kivi-, keramiikka-, tekstiili-, neule-, ompelu-, sisustus- ja metallialalta sekä muut alueella toimivat kasvuhakuiset yritykset ja verkostot. Tavoite 1 -alueella kohderyhmänä olivat kaikki Koillismaan, Oulunkaaren, Siikalatvan sekä Nivala-Haapajärven seutukuntien alueella toimivat käsi- ja taideteollisuusalan kärkiyritykset puu-, kivi-, keramiikka-, tekstiili-, neule-, ompelu-, sisustus- ja metallialalta sekä muut alueella toimivat kasvuhakuiset yritykset ja verkostot.

Tavoitteiden saavuttamiseksi keskityimme hankkeessa lähinnä markkinointi- ja tuotekehitysoasaamisen parantamiseen. Lisäksi muita keskeisiä kehittämistarpeita olivat asiakaslähtöisyyden lisääminen, talousosaamisen integrointi yrittäjän arkeen, yhteistyö eri muodoissaan eri toimijoiden kesken, alan imagon ja arvostuksen kohottaminen.

1.3 Aikataulu

Hankesuunnitelman mukainen hankkeen toiminta-aika oli 1.8.2004 – 28.2.2006. Hakemusteknisistä syistä hanke kuitenkin pääsi alkamaan vasta marraskuussa 2004, jolloin hankkeeseen tuli ensimmäisenä työntekijänä projektisihteeri. Ensimmäinen projektipäällikkö aloitti työnsä joulukuun alussa ja toinen tammikuun alussa 2005. Näin ollen varsinaista tehokasta toiminta-aikaa oli siis käytännössä vain vuosi 2005. Hanke päättyi 28.02.2006.

1.4 Kokonaisrahoitus

1.4.1 Alma-alue

Hankkeen kokonaiskustannusarvio on 250 000 EUR. Hanketta rahoittivat TE-keskuksen maaseutuosaasto, alueen seutukunnat ja yksityiset yrittäjät. Rahoituksesta julkisen rahan (EU, seutukunnat) osuus oli 90 % ja yksityisen osuus 10%. Hanketta olivat rahoittamassa Pohjois-Pohjanmaan Alma -alueen seutukunnat: Oulun, Raahen, Ylivieskan sekä Siikalatvan (Rantsila) seutukunnat. Hanketta hallinnoi Ouluseutu Yrityspalvelut yhteistyökumppaneinaan alueen seutukuntien kehittämistahot.

Vuositainen kustannusarvio				
	5 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006	YHTEENSÄ
Palkat ja sivukulut	23 000	55 000	9 000	87000
Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut, matkat	20 000	45 000	12 500	77500
Yritysten kehittämisraha	11 500	28 000	4 500	44 000
Matkakulut, projektihenkilöstö	4 000	8 000	1500	13500
Kone- ja laitehankinnat, tietokone, ohjelmistopäivitys	1 500	3 500	500	5500
Materiaalit	1 000	1 000	250	2250
Ohjausryhmä	375	500	125	1000
Puhelin, fax, tietoliikenne	1100	1450	250	2800
Muut kustannukset				
-vuokrat	1 900	2 500	500	4900
-toimistokulut, postitus, kopiointi, toimistotarv.C18	750	1 000	200	1 950
-tiedotus, lehti, mainonta	5 000	3 000	1 000	9 000
- muut	250	300	50	600
Rahoitustarve yhteensä	70 375	149 250	30 375	250 000

Rahoitussuunnitelma						
				9 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006 YHTEENSÄ
EMOTR-O	4 seutukuntaa 45 %	Alma		56 300	119 400	24 300 200 000
Seutukunnat	10 %			7 038	14 925	3 038 25 000
Yksityiset yritykset	10 %			7 038	14 925	3 038 25 000
Rahoitustarve yhteensä				70 375	149 250	30 375 250 000

1.4.2 Tavoite 1 -alue

Hankkeen kokonaiskustannusarvio on 250 000 EUR. Hanketta rahoittivat TE-keskuksen maaseutuosasto, alueen seutukunnat ja yksityiset yrittäjät. Rahoituksesta julkisen rahan (EU, seutukunnat) osuus oli 90 % ja yksityisen osuus 10%. Hanketta olivat rahoittamassa Pohjois-Pohjanmaan Tavoite 1-alueen seutukunnat: Koillismaa, Oulunkaari, Siikalatva sekä Nivala-Haapajärvi. Hanketta hallinnoi Ouluseutu Yrityspalvelut yhteistyökumppaneinaan alueen seutu-kuntien kehittämistahot.

Vuositteinen kustannusarvio				
	5 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006	YHTEENSÄ
Palkat ja sivukulut	23 000	55 000	9 000	87000
Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut, matkat	20 000	45 000	12 500	77500
Yritysten kehittämisraha	11 500	28 000	4 500	44 000
Matkakulut, projektihenkilöstö	4 000	8 000	1500	13500
Kone- ja laitehankinnat, tietokone, ohjelmistopäivitys	1 500	3 500	500	5500
Materiaalit	1 000	1 000	250	2250
Ohjausryhmä	375	500	125	1000
Puhelin, fax, tietoliikenne	1100	1450	250	2800
Muut kustannukset				
-vuokrat	1 900	2 500	500	4900
-toimistokulut, postitus, kopiointi, toimistotarv.C18	750	1 000	200	1 950
-tiedotus, lehti, mainonta	5 000	3 000	1 000	9 000
- muut	250	300	50	600
Rahoitustarve yhteensä	70 375	149 250	30 375	250 000

Rahoitusuunnitelma						
				9 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006 YHTEENSÄ
EMOTR-O	4 seutukuntaa	45 %	Tavoite 1	56 300	119 400	24 300 200 000
Seutukunnat	10 %			7 038	14 925	3 038 25 000
Yksityiset yritykset	10 %			7 038	14 925	3 038 25 000
Rahoitustarve yhteensä				70 375	149 250	30 375 250 000

1.5 Hankeorganisaatio

Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelman molemmille toiminta-alueen hankkeille oli budjetoitu 1 projektipäällikkö ja osa-aikainen projektisihteeri, yhteensä siis 3 henkilöä. Julkisen haun kautta tehtäviin valittiin liike-toimintaosaamisen projektipäälliköksi kauppatieteiden maisteri Elsa Ukonmaanaho, muotoiluosaamisen projektipäälliköksi teollinen muotoilija Ilkka Tamminen ja projektisihteeriksi tradenomi Marja-Liisa Hentilä. Kunkin palkkakustannukset jaettiin työaikakirjanpidon mukaan molemmille hankkeille.

1.6 Ohjausryhmä

Ohjausryhmän haluttiin edustavan kattavasti koko Pohjois-Pohjanmaan aluetta. Molemmilla hankkeilla ohjausryhmän kokoonpano oli sama ja kokoukset pidettiin samaan aikaan. Ohjausryhmän kokoonpano oli seuraava; Jorma Korolainen Pohjois-Pohjanmaan TE-keskuksesta, Sirkka

Kylmänen Pohjois-Pohjanmaan liitosta, Petri Luukkonen Oulunkaaren seutukunnasta, Reino Kivioja Nivala-Haapajärven seutukunnasta. Käsi- ja taideteollisen alan yrittäjiä edustivat yrittäjät Päivi Mikola Oulusta ja Taina Otsamo Lumijoelta. Ohjausryhmän puheenjohtajana toimi Riikka Tuomi-vaara Ouluseutu Yrityspalveluista. Projektihenkilöstö toimi ohjausryhmän kokousten esittelijöinä ja sihteerinä. Hankkeen aikana pidettiin seitsemän ohjausryhmän kokousta.

2 Hankkeen toimenpiteet

2.1 *Hankkeen käynnistäminen*

Ensimmäisenä toimenpiteenä oli yritysten saaminen mukaan hankkeeseen. Joulukuussa 2004 lähetettiin ensimmäiset informaatiokirjeet kohdeyrityksille. Ongelmia tuotti erityisesti kohdeyritysten kartoittaminen, koska ennalta ei ollut olemassa yhtenäistä luetteloa alueemme käsi- ja taide-teollisen alan yrityksistä. Käsityöyrityksethän eivät muodosta omaa toimialaluokkaansa vaan kuuluvat useisiin eri toimialaluokkiin. Lähetimme kutsukirjeen noin 600 yritykseen. Kirjeen perusteella hankkeeseen ilmoittautui kolmisenkymmentä yritystä. Tämän lisäksi pidimme vuoden 2005 alussa tiedotustilaisuudet jokaisessa seutukunnassa. Kaiken kaikkiaan saimme hankkeeseen mukaan yli seitsemänkymmentä yritystä. Tämä lukema hieman vaihtelee laskutavasta ja -ajasta johtuen, sillä kaikki asiakkaiksemme lukemamme tahot eivät ole yrityksiä, vaan ovat aloittaneet yritystoiminnan vasta hankkeen aikana, tai ovat muuttaneet muualle tai ovat siitä jostain syystä luopuneet.

Seuraava toimenpide oli tarkempi tutustuminen kohdeyrityksiin. Kevään aikana projektipäälliköt kävivät henkilökohtaisesti vierailulla lähes jokaisessa yrityksessä. Vierailujen aikana selvitettiin yritysten kehittämistarpeita ja toiveita hankkeen toimenpiteistä. Jokainen yritys täytti projektipäälliköiden laatiman lähtötila-analyysin, jonka avulla nykytilanteen, kehittämistarpeiden ja tulevaisuuden visioiden määrittely helpottui. Kyselyn avulla saimme määriteltä suuntaviivat niille toimenpiteille, joihin hankkeen aikana keskityttäisiin. Hankkeen toimintamalliksi valittiin kehittämisryhmätoiminta. Muita keskeisiä toimenpiteitä olivat yhteisosallistumiset, asiantuntijapalveluiden käyttö sekä verkostoituminen. Nämä toimenpiteet tarkentuivat ja hioutuivat kehittämisryhmätapaamisissa.

2.2 *Mukana olleet yritykset*

Toimialan sisällä emme alkaneet yrityksiä kategorisoimaan, mutta hankkeen alussa jonkinlaisen selvytyden saamiseksi ja toisten yrittäjien

informoimiseksi, pyysimme yrityksiä itseään luokittelemaan toimintansa. Tämä luettelon perusteella suurimmat ryhmät olivat:

- Vaatteet 13 yritystä
- Puutuotteet 12 yritystä
- Sisustustekstiilit 11 yritystä
- Keramiikka 9 yritystä
- Taide-esineet 8 yritystä

Osa yrityksistä saattoi kuulua useisiin ryhmiin. Oma myymälä oli hankkeemme yrittäjistä 19:sta. Muita toimialaa kuvaavia luokituksia oli hankkeessamme seuraavasti:

- * Brodeeraukset
- * Entisöinti
- * Huovutetut tuotteet
- * Jalometallityöt
- * Kankaat
- * Kankaanpainanta
- * Kalusteet
- * Kehykset
- * Kivituotteet
- * Koriste-esineet
- * Kortit ja julisteet
- * Korut
- * Kudonta
- * Kynttilät
- * Lasityöt
- * Metallityöt
- * Neuleet
- * Ovet
- * Ompelu
- * Pakkaukset
- * Paperi
- * Piha- ja ympäristörakennelmat
- * Ryijyt
- * Silkkituotteet
- * Sisustus- ja lahjatavarat



Kuva 2 Lempilahja



Kuva 3 Savipaja Sisko Kangas

- * Sisustussuunnittelu
- * Valaisimet
- * Verhoilu

2.2.1 Alma-alue

Alma -alueelta hankkeessa mukana oli yhteensä 48 yritystä. Seuraavassa heidät lueteltuina seutukunnittain. Ouluseudun yrittäjien korkean määrän vuoksi alueelle luotiin kaksi kehittämisryhmää.

OULUSEUTU T-ryhmä

Yritys	Postitoimipaikka
Puusepänverstas Rankka Ky	Haukipudas
Ompelimoateljee PiaPoint	Kiviniemi
Peukaloisen Laulupuu Oy	Hailuoto
Heinä-Aitta Ay	Oulu
Tmi Kati Pistemaa	Liminka
Oipuu Ky	Oulu
Osuuskunta Nippiniekat	Oulu
Saaga-Keramiikkastudio	Oulu
T:mi Brita Mäkitalo	Oulu
Vappu Hautala	Oulu
Vassuska	Oulu
Tekstiilitaide ja Sisustus Ritva Heiskari	Oulu
Silmu-keramiikka	Oulu

OULUSEUTU / M-ryhmä

Yritys	Postitoimipaikka
Savi-Jonttu	Muhos
Colmio Oy	Oulu
Liebenow Design T:ml	Oulu
Min.nalle	Oulu
Pohjois-Pohjanmaan KTY, Maakari	Oulu
Proto ry	Oulu
Tekstiilisuunnittelija Eija Koivunen	Oulu
Turkisompelimo Marja Niiranen	Muhos
Pienet Oranssit	Leppiniemi
Studio Taina Otsamo	Lumijoki
TiinaMari Keramiikkapaja	Ala-temmes
Taiteilijatoiminta Moosa Myllykangas	Oulu
Heljä-Design	Jääli

SIIKALATVA

Yritys	Postitoimipaikka
Metallipaja Jouko Anttila	Rantsila

YLIVIESKA

Yritys	Postitoimipaikka
Antti Isopahkala Clayway Oy	Kalajoki
Keramiikka Isopahkala Oy	Kalajoki
Birgitin Paja	Kalajoki
Ateljee Nina Forss	Kalajoki
Linnalan Tyylipuu Ky	Alavieska
Tmi Eija Soukka	Ylivieska
Designlasi Ulvi Oy	Kalajoki
Tarja Neule ja Kudonta	Tynkä
Osuuskunta Kototuote	Ylivieska

RAAHE

Yritys	Postitoimipaikka
T:mi Naavalainen	Raahe
Hilda's Papier	Mattilanperä
Seijuliinu	Raahe
Margit Korpela	Raahe
Lahja ja Sisustus Viktoria	Arkkukari
T:mi Paula Herkkola	Paavola
Kissankulma	Ruukki
Pisa Design	Yppäri
Pohjan Tytär Ky	Pattijoki
T:mi Paula Vähäsarja	Revonlahti
Raahen Taitopaja	Raahe
Täpöntällingit	Piehinki

2.2.2 Tavoite 1-alue

Tavoite 1 -alueelta hankkeessa mukana oli yhteensä 27 yritystä. Seuraavassa heidät lueteltuina seutukunnittain

SIIKALATVA

Yritys	Postitoimipaikka
Naputiina Sinikka Hiltunen	Haapavesi
Lasse Korhonen	Vatjusjärvi
Datanikkari Oy	Haapavesi

NIVALA-HAAPAJÄRVI

Yritys	Postitoimipaikka
Savipaja Sisko Kangas	Maliskylä
Idelina	Nivala

Sateenvarjopuu	Nivala
Lempilahja	Reisjärvi
Silkki-Sirpa	Sarja
R-Paja / Löytynoja	Pyhäsalmi

OULUNKAARI

Yritys	Postitoimipaikka
Asta Siurua	Yli-li
Turti-Set Oy	Jakkukylä
Kierikkikeskus	Yli-li
Annastuoli Ky	Ylikiminki
Arkalan Puuperinne Oy	Arkala
Esvalotek Oy	Arkala
Sokkelopuu Ay	Utajärvi
Tekstiilitaiteilija Helena Kaikkonen	li
Hugo Koivukangas	Pudasjärvi
Kaskipuu	Ylikiminki

KOILLISMAA

Yritys	Postitoimipaikka
Koruhimo Kivikontti	Kuusamo
Koillismaan Akka	Kuusamo
Liisa Salmivaara	Kuusamo
Saga af Norden	Kuusamo
Saweli	Kuusamo
Sisustus Päivi Salo	Kuusamo
Tila- ja sisustussuunnittelu Arcesi	Rukatunturi
Tmi Jorma Määttä	Kuusamo

2.3 Kehittämisyhmätoiminta

Hankkeen keskeisimmäksi toimintamalliksi valittiin kehittämisryhmätoiminta. Hankkeen alussa pohdimme tehokkainta tapaa jakaa hankkeeseen mukaan lähteneet yritykset pienempiin ryhmiin. Vaihtoehtoina oli mm. jakaa heidät toimialan, sijainnin ja koon mukaan. Toimialan mukaan jaettuna esimerkiksi keraamikot muodostaisivat oman ryhmänsä, puusepät omansa jne. Päädyimme lopulta ryhmäjakoon seutukuntien mukaan. Hankkeen toiminta-alue koko Pohjois-Pohjanmaa on maantieteellisesti hyvin laaja, jolloin välimatkat eri yrittäjien välille saattoivat muodostua suuriksi. Luontevin tapa oli siis rakentaa kehittämisryhmätoiminta seutukunnittain, näin yrittäjät pääsivät tutustumaan oman lähialueensa muihin käsityöyrittäjiin. Koimme kuitenkin hyvin tärkeäksi yrittäjien verkostoitumisen keskenään myös koko toiminta-alueella. Tämän takia kannustimme yrittäjiä olemaan yhteydessä

myös muiden kehittämisryhmien yrittäjiin sekä järjestimme myös useamman kehittämisryhmän yhteistapaamisia.

Tavoite 1-alueella kehittämisryhmiä oli neljä; Koillismaan, Oulunkaaren, Siikalatvan sekä Nivala-Haapajärven kehittämisryhmät. Alma-alueella kehittämisryhmiä oli myös neljä; Ylivieskan, Raahen sekä kaksi Ouluseudun kehittämisryhmää. Kehittämisryhmät kokoontuivat pääsääntöisesti noin kahden kuukauden välein. Liitteenä on yhteenveto pidetyistä kehittämisryhmätapaamisista.

Kehittämisryhmien tärkeimpänä tehtävänä oli määritellä ne toimenpiteet, joihin hankkeen puitteissa voitiin ryhtyä. Jokainen ryhmä teki siis sisällään omat ryhmäpäätökset siitä, mihin yhteisosallistumisiin ja asiantuntijapalveluiden käyttöön ryhmä osallistui. Näin ollen jokaisella hakkeessa mukana olevalla yrityksellä oli yhtäläinen mahdollisuus olla päättämässä hankkeen toimenpiteistä ja osallistua niiden käyttöön.

Toinen kehittämisryhmien tärkeä tehtävä oli toimia keskustelufoorumina ja informaatiokanavana hankkeen ajankohtaisille asioille. Kehittämisryhmätapaamisissa keskusteltiin usein yrittäjille ajankohtaisista ongelmista ja haasteista. Osa ryhmätapaamisista pidettiin yrittäjien luona, jolloin muut yrittäjät pääsivät samalla tutustumaan muiden yrittäjien toimintaan.

Varsinaisten kehittämisryhmätapaamisten lisäksi järjestimme kaikille mukana oleville yrittäjille ns. muotoilutreffit. Tämäkin tilaisuus sai kipinänsä yrittäjien toiveista oppia tuntemaan paremmin toisia alueella toimivia yrittäjiä ja verkostoitua heidän kanssaan. Muotoilutreffit järjestettiin Ouluseutu Yrityspalveluiden tiloissa toukokuussa. Tilaisuudessa pidimme myös leikkimielisen tuotekilpailun, jonka tarkoituksena oli vielä auttaa yrittäjiä tutustumaan paremmin toisiinsa ja toistensa tuotteisiin.

Paikalla esittäytyi myös muutamia yhteistyötahoja kertoen omista yrittäjille suunnatuista palveluista. Osallistujia oli mukana paljon ja voisi melkein pä sanoa, että kaikki olivat tyytyväisiä tapahtumaan ja se näkyy myös saamis-

samme kirjallisissa palautteissa. Tällaisia verkostoitumistapahtumia toivottiin myös jatkossa lisää.



Kuva 4 Muotoilutreffien tuotekilpailun palkintojen jako

2.4 Yhteisosallistumiset

Hankkeen alussa kartoitimme vaihtoehtoisia tapoja tuoda alueen osaamista esille yhteisin ponnistuksin. Keskusteluissa yrittäjien kanssa nousi esille erilaiset messuosallistumiset. Listattuamme kaikki yrittäjien mielestä kiinnostavat tapahtumat ja itse löytämämme tai yhteistyökumppaneidemme ehdottamat tilaisuudet, teimme yrittäjille kyselyn. Tämä tarkoituksena oli rajata kaikista eri vaihtoehdoista kiinnostavimmat ja tavoitteiden toteuttamisen kannalta tehokkaimmat tapahtumat. Yksinkertaisella tavalla, määriin perustuen valitsimme 5 tärkeintä tapahtumaa, johon voisimme hankkeen aikana ja resurssein osallistua. Nämä olivat Matkamessut 2005, Cervia, Oulun Asuntomessut, Forma '05 Syksy sekä näyttely Design Forum Finlandissa. Näiden lisäksi hankkeemme oli mukana toteuttamassa Aittatonttu-tapahtumaa, Naisyrittäjien tsemppipäivää sekä Oulun läänin Muotoilupäiviä.

Matkamessut vuoden 2005 tammikuussa tulivat meille hyvin yllättäen ja paikalle saimmekin vain muutaman innokkaan yrittäjän. Osasto oli osa Pohjois-Pohjanmaan kokonaisuutta ja oman osiomme pinta-ala oli vain

muutama neliö. Mukana olevat yrittäjät (Alma 3 kpl, Tavoite1 1kpl) olivat tapahtumaan pääosin tyytyväisiä.

Cervian kaupunki Italiassa on Kalajoen ystävyyskaupunki ja joka vuosi kaupunki kutsuu jonkun ystävyyskaupungeistaan vierailulle historialliselle neitsyen merestä nousemisjuhlaan ja samalla kesäkauden avajaisiin. Vuonna 2005 kutsuttuna oli Kalajoki. Sinne toivottiin esille myös paikallista taidetta, taideteollisuutta ja käsityötä. Jotta esille saataisiin riittävän laaja ja edustava kokonaisuus, tarjottiin myös Pohjois-Pohjanmaan alan osaaajille mahdollisuutta lähettää tuotteitaan. Matkaan lähtikin tuotteita noin kahdeltakymmeneltä hankkeemme yrittäjältä. Tarkoitus oli vielä tuotteet esille sekä vanhaan suolamakasiiniin, jossa oli samalla myös taidenäyttely, että esitellä tuotteita kaupungin keskustassa. Tuotteita kyllä esittelimme, mutta jälleenmyyntikontakteja ei matkalta herunut.



Kuva 5 Cervia, Italia

Kalajoella toimineen MareArt – hankkeen projektipäällikkö Mika Salminen hoiti päällisin puolin tapahtuman käsityö- ja taidepuolen organisoinnin täällä Suomen päässä. Itse paikalla asiat eivät edenneetkään aivan lupausten ja odotusten mukaisesti. Ongelmia esiintyi mm. tuotteiden esillepanossa ja tarvittavien pöytien sekä muiden asioiden järjestelyissä. Liekö kyseessä olleet kulttuuriset erot hoitaa asioita.

Asuntomessut olivat kenties suurin tapahtumista, johon hankkeemme yrittäjät yhdessä osallistuivat. Asuntomessualueella Oulun Toppilassa oli koko näyttelyn keston ajan (1kk) Sisustusmaailma -halli, jonne yrittäjille tuli 72 neliön suuruinen messuosasto. Jo ennen messuille osallistumista

teimme pohjatyötä, mm. painoimme luettelon yrittäjien tuotteista ja lähetimme tämän etukäteen arkkitehdeille, rakennuttajille ja asuntomessuperheille. Esittelimme kyseistä katalogia myös muutamassa messuperheille järjestetyssä tilaisuudessa. Tarkoituksenamme oli saada tuotteita esille myös itse messukohteisiin, mikä onnistuikin kohtalaisen hyvin ja monen yrittäjän tuotteita löytyi messutalojen sisustuksesta.



Kuva 6 Muotoiluohjelman asuntomessujen osasto

72 neliön avaraan tilaan mahtui mukavasti 22 yritystä. Alma -alueelta mukana oli 14 yritystä ja Tavoite1 -alueelta 8. Kävijöitä messuosastolle houkuteltiin lisäksi kilpailulla: arvontalipukkeessa kysyttiin kävijöiltä osaston parasta tuotetta ja palkintona oli yrittäjien lahjoittamia tuotteita. Kävijöitä koko messuilla oli 120 000 ja siitä melko suuri osa myös pääsi tutustumaan alueemme kattavaan käsi- ja taideteollisen alan osaamiseen.



Kuva 7 Muotoiluohjelman Forma-messujen osasto

Forma -messut olivat yrittäjien kenties eniten odottamat, sillä moni oli niille osallistunut jo aikaisemmin. Forma -messut järjestetään Helsingin messukeskuksessa kaksi kertaa vuodessa ja ne ovat alan merkittävimmät ammatti- ja

sisäänostajamessut. Messut olivat ajallisesti hyvin lähellä asuntomessuja, vain 10 päivää välissä, joten tästä syystä asuntomessuosasto suunniteltiin siten, että Formaani pystyttiin siirtymään melko helposti.

Mukana oli hieman eri kokoonpano kuin asuntomessuilla, mutta kaiken kaikkiaan mukana oli 19 yritystä, 13 Alma -alueelta ja 6 Tavoite1 -alueelta. Osallistujajakauma messuilla vastasi hyvin todellista, hankkeessa mukana olevien yrittäjien suhdetta.

Viimeisenä hankkeemme suuren ponnistuksena oli näyttely Suomen johtavassa muotoilua esille tuovassa näyttelypaikassa Design Forum Finlandissa Helsingissä. Reilun kolmen viikon pituinen ajanjakso vuoden parhaimpana aikana, tammi-helmikuussa, toi monille yrittäjille lisää kontakteja, mahdollisia uusia myyntikanavia ja suoraan asiakkaita. Lisäksi näyttely osaltaan auttoi varmasti lisäämään käsi- ja taideteollisuusalan arvostusta ja erityisesti Pohjois-Pohjanmaan osaamista. Valmistelut näyttelyä varten alkoivat jo hyvissä ajoin, sillä näyttelypaikka tuli varata jo vuotta aiemmin. Jotta saimme näyttelystä mahdollisimman edustavan, kutsuimme tuotteita valitsemaan raadin, joka arvioi kaikki ehdolla olleet tuotteet. Samoin laajensimme mahdollisuutta osallistua näyttelyyn myös Bothnia Design tuotemerkin käyttöoikeuden saaneisiin yrityksiin. Tuotteita tai tuoteperheitä tarjottiinkin yli 60, joista näyttelyyn valittiin reilut 20. Nämä tuotteet olivat yhteensä 17 tekijältä.



Kuva 8 Design Forumin näyttelyn avajaiset

Näyttelyn nimeksi valitsimme ”Bothnia Design – parasta pohjoisesta”. Bothnia Design on jo olemassa oleva brändi, jota tukemalla toivoimme lisäävämme sekä sen tunnettuutta että arvostusta ja samalla auttavan yrittäjiä luomaan uskottavampi ja laadukkaampi kuva toiminnasta. Näyttelyä varten painatimme myös tyylikkään näyttelykatalogin.

2.5 Asiantuntijapalvelut

Hankkeen aluksi selvitimme lähtötila-analyysin avulla yritysten liiketoiminnan tärkeimpiä kehittämistoimenpiteitä. Kukin kehittämisryhmä teki vielä sisällään päätökset siitä, mitä asiantuntijapalveluita ryhmä ja sen jäsenet käyttäisivät. Tärkeää oli, että jokaisella ryhmän jäsenellä oli tasavertainen mahdollisuus käyttää asiantuntijapalveluita hankkeen puitteissa. Keskeisimmät ongelmat ja kehittämistarpeet käsi- ja taideteollisen alan yrityksissä näyttivät liittyvän erityisesti markkinointityökalujen puutteeseen sekä liiketoimintaosaamisen ja tuotekehityksen kehittämiseen. Tämän perusteella tarjosimme kehittämisryhmien käyttöön seuraavia asiantuntijapalveluita: graafinen suunnittelu, www-sivutuotanto, tuotekuvaukset sekä liiketoiminnan, muotoilun, viennin ja muottien konsultointi.

Graafisen suunnittelun konsultiksi valittiin kilpailutusten perusteella Mainostoimisto Huippu Media, www-sivutuotannon konsultiksi Visualway Design Oy, tuotekuvauksen konsultiksi Studio Timo Heikkala Oy, liiketoiminnan konsultiksi Villapoika Oy, muotoilukonsultiksi Muotoiluasema Alpo Keinänen, viennin konsultiksi Viexpo Oy sekä muottikonsultiksi J P Keramiikkastudio.

Jokainen kehittämisryhmä päätti käyttää graafista suunnittelua, tuotekuvausta sekä www-sivutuotantoa. Muiden asiantuntijapalveluiden käyttö oli vähäisempää ja päätökset käyttää näitä palveluita tehtiin ryhmän sisällä aina tapauskohtaisesti. Graafisen suunnittelun konsultointia käytti 37 (Alma 22, Tavoite 15), tuotekuvausta 30 (Alma 19, Tavoite 11), www-sivutuotantoa 22 (Alma 11, Tavoite 11), liiketoimintakonsultointia 2 (Alma 2), muotoilukonsultointia 4 (Alma 1, Tavoite 3), vientikonsultointia 3 (Alma 2, Tavoite 1) sekä muottikonsultointia 3 (Alma 2, Tavoite 1) yritystä. Alla on

muutamia kuvia hankkeen aikana tuotetuista markkinointimateriaaleista (Pisa Design, Clayway, Heljä Design, Hugo Koivukangas ja Ritva Heiskari).

2.6 Verkostoituminen

Yhtenä tärkeänä päämääränä oli tukea yrittäjien verkostoitumista ja sen kautta liiketoiminnan kehittämistä. Yksityisyrittäminen synnyttää monia haasteita ja ongelmia. Vertaistukea esimerkiksi työssä jaksamiseen ja kannustamiseen ei ole välittömästi saatavilla. Myöskään yksin toimien yrittäjä ei pysty panostamaan markkinointiin ja myyntiin, kun hän samalla joutuu kantamaan vastuun valmistuksesta. Samoin tuotekehityksessä ja asiakkuuksien hallinnassa voi tulla yksin toimien eteen ongelmia.

Verkostoitumista tämän hankkeen puitteissa tuettiin jo sen perusvaatimuksissa olevasta yhteisöllisyydestä lähtien. Tukitoimien perustana oli ryhmätapaamiset, joita kutsuimme myös kehittämisryhmätoiminnaksi. Ryhmät muodostettiin alueelliseksi seutukunnittain, koska katsottiin, että toimialakohtaiset ryhmät olisivat muodostuneet kohtuuttoman joko pieniksi ja/tai tapaamispaikat välimatkoiltaan hyvin suuriksi. Samoin yrittäjiltä saadun palautteen mukaan yhteisosallistumiset eri tapahtumiin koettiin hyviksi juuri verkostoitumisen takia.

Verkostoitumista pyrimme hankkeen aikana lisäämään myös hankkeen verkkosivujen aktiivisella käytöllä. Siellä (www.muotoiluohjelma.fi) oli esillä kaikkien hankkeessa mukana olevien yrittäjien yhteystiedot sekä alueellisesti että toimialoittain luokiteltuna. Muotoilutreffien aikana lisäsimme sinne yrittäjien aloitteesta ilmoitustauluosion, jossa yrittäjät voivat etsiä uusia myyntipaikkoja tuotteilleen, uusia tuotteita valikoimiinsa, apua tuotteiden valmistukseen sekä tarjota toisilleen palveluita. Samoin hankkeen aikana maailmalla ja muotoilualalla tapahtui monia asioita, joista tiedotimme yrittäjiä aina tapahtumasta ja kiinnostuksesta riippuen. Näin toimien emme ajaneet vain oman hankkeemme etenemistä, vaan toimme yrittäjien tietoon muidenkin toimijoiden tapahtumia ja mahdollisuuksia.



Kuva 9 Hankkeen aikana syntynyttä tuotantoa

3 Hankkeen tulokset

3.1 Tavoitteiden saavuttaminen

Hankesuunnitelman mukaiset hankkeen toivottavat tulokset ovat seuraavia:

- yritysten tuloksen vahvistuminen
- liiketoimintaosaamisen kehittyminen
- myyntikanavien vahvistuminen ja kaupan organisoituminen
- verkostojen yhteiset tuotteet ja tuoteperheet
- asiakaslähtöisyyden vahvistuminen
- asiakkuuden hallintaan liittyvien työkalujen käyttöönotto
- kansainvälisen liiketoiminnan kehittyminen

Tavoitteiden saavuttamiseksi on tehty aikaisemmissa kappaleissa mainittuja toimenpiteitä, mutta varsinaisesti ainoat toimintaa mittaavat mittarit ovat vasta palautelomakkeessa. Nekään eivät kuitenkaan ole lainkaan tarkkoja, sillä kaikki tieto perustuu yrittäjien omiin näkemyksiin toiminnan laadusta ja käyttämistään palveluista. Tämän lisäksi projektipäälliköiden oma tuntuma on toinen käytössä ollut väline. Se perustuu omiin havaintoihin ja yrittäjiltä projektin aikana tullessiin suoriin ja epäsuoriin palautteisiin. Lisäksi on todettava, että monet vaikutukset tulevat näkyviin vasta joko yrittäjän oman jatkotoiminnan seurauksena tai luonteensa mukaisesti vasta tulevaisuudessa. Esimerkiksi osaamistason kasvuun emme ole laatineet mitään testiä tms.

Nämä seikat huomioon ottaen voisi yleistäen sanoa, että eniten ovat vahvistuneet myyntikanavat ja kaupan organisoituminen, asiakkuuden hallintaan liittyvät työkalujen käyttöönotto ja sitä kautta myös liiketoimintaosaaminen. Kuitenkin, kun mukana on reilut seitsemänkymmentä yritystä, on selvää, että toiset käyttävät projektin tarjoamia palveluita enemmän kuin toiset; ovat aktiivisempia, valmiimpia kehittämään liiketoimintaansa ja oppimaan uusia asioita. Tästä syystä myös hajonta tavoitteiden saavuttamisessa on suurta.

3.1.1 Alma-alue

Alma-alueen yrittäjistä suuri osa on kaupungeista; Oulusta, Raahesta ja Kalajoelta. Näillä yrittäjillä oli myös keskimäärin suurempi halukkuus toimintansa kehittämiseen. Liiketoimintaosaaminen on kehittynyt lähes kaikilla, mutta kansainväliselle sektorille haluavia yrityksiä oli mukana alueelta vain muutama, ja siinä toiminnassa on kehittymistä tapahtunut varmasti, lähtötilanteen ollessa melko matalalla. Osaamisen kasvuun eniten vaikuttaneet tekijät ovat varmasti helposti erotettavissa: messut sekä asiantuntijapalveluiden käyttö. Messuilla yrittäjät joutuivat suoraan kontaktiin asiakkaiden kanssa, ottivat vastaan tilauksia, lähettivät lisätietoja kiinnostuneille sekä myöhemmin myivät ja toimittivat tuotteitaan. Tämän lisäksi juuri yhteisosallistuminen, se että mukana oli myös muita yrittäjiä, antoi mahdollisuuden oppia myös toisilta ja kysyä ja saada apua. Asiantuntijapalvelut puolestaan opettivat yrittäjiä hyvin paljon markkinoinnin merkityksestä.

3.1.2 Tavoite 1-alue

Tavoite1-aluetta leimaa Pohjois-Pohjanmaalla harvaan asuttu maaseutu ja väkimäärältään pienet kaupungit. Useimmat alueen yrittäjistä olivat toimineet alalla jo pitkään, mutta joukossa oli myös yrittäjiä, jotka ottivat yrittämisen ensiaskelia vasta hankkeen aikana. Tavoite 1-alueen yrittäjäjoukkoa voisi luonnehtia haasteellisemmaksi kuin Alma-alueen joukkoa. Käsityöyrittämisen lähtökohdat ja edellytykset ovat huomattavasti vaativammat, esimerkiksi paikallismarkkinat pienen väkimäärän johdosta ovat aivan eri luokkaa kuin Alma-alueen suurimmissa kaupungeissa. Verkostoituminen alueen muiden yrittäjien kanssa ja yhteistoiminta muodostuikin hankkeen aikana erittäin tärkeäksi kehittämistoimenpiteeksi. Tavoite1-alueella järjestettiin yrittäjille myös tutustumismatka Pariisin Maison&Objet –messuille.

3.2 Indikaattorit

Hankkeen toimintaa seurattiin indikaattoreilla, jotka mittaavat syntyneiden työpaikkojen ja yritysten, uudistettujen työpaikkojen ja hankkeen aikana työllistyneiden määrää. Samoin kartoitetaan yritysten saamaa neuvontaa. Nämä mittarit ovat kvantitatiivisia, eivätkä pysty kertomaan mitään esimerkiksi osaamistason kasvusta tai alan imagon muutoksista. Alla olevassa taulukoissa on esitetty hankkeen keskeisimmät indikaattorit.

3.2.1 Alma-alue

Toimenpide	Tavoite	Saavutettu
Uudet työpaikat	2	2
Uudistetut työpaikat	10	2
Hankkeen aikana työllistyvät	1	1,96
Uudet yritykset	1	2
Mukana olevat yritykset	35	48
Yritysten saama ryhmäneuvonta pv/vuosi	15	17,75
Yrityskohtainen neuvonta pv/vuosi	10	29,75

3.2.2 Tavoite 1-alue

Toimenpide	Tavoite	Saavutettu
Uudet työpaikat	2	2
Uudistetut työpaikat	10	3
Hankkeen aikana työllistyvät	1	1,96
Uudet yritykset	1	1
Mukana olevat yritykset	35	25
Yritysten saama ryhmäneuvonta pv/vuosi	15	9,25
Yrityskohtainen neuvonta pv/vuosi	10	15,5

3.3 Palautteet yrittäjiltä

Lähetimme kaikille hankkeessa mukana olleille yrittäjille joulukuussa 2005 palautelomakkeen, jonka toivoimme heidän palauttavan tammikuuhun 2006 mennessä. Palautekyselyyn vastasi yhteensä 23 yritystä, mikä vastasi 30 % hankkeessa mukana olleiden yritysten kokonaislukumäärästä. Vastausprosentti olisi todellakin voinut olla huomattavasti parempi. Nyt vastauksia antoivat vain aktiivisimmat yrittäjät. Palautekysely antoi kuitenkin arvokasta tietoa hankkeen onnistumisesta sekä jatkotoiveista.

Kysyimme yrittäjien mielipidettä kehittämisryhmätapaamisista, yhteisosallistumisista sekä käytetyistä asiantuntijapalveluista. Vastausasteikko oli 1–5 (1=huono, 5=erinomainen). Myös hankkeen vaikutuksista yritystoimintaan pyydettiin arviota asteikolla 0–5 (0=ei vaikutusta, 1=vähän, 5=todella paljon). Näiden lisäksi yrittäjiltä pyydettiin antamaan hankkeelle yleisarvosana samalla asteikolla. Tämän lisäksi yrittäjät vastasivat sanallisesti erilaisiin kysymyksiin hankkeen toiminnasta.

Seuraavassa on yhteenveto palautekyselyn tuloksista Alma- sekä Tavoite 1-ohjelma-alueilla.

3.3.1 Alma-alue

Alma-alueelta hankkeessa mukana oli 48 yritystä, joista palautteen jätti 13 kpl. Vastausprosentti oli 27,0 %.

Ryhmätapaamisten sisältöä pidettiin hyvänä. Ryhmätapaamisissa koettiin tärkeäksi toisiin yrittäjiin tutustuminen ja verkostoituminen. Ongelmana oli paikoittain yrittäjien vähäinen osallistuminen, joka johtui osaksi yrittäjien omista kiireistä. Tämä korostui erityisesti hankkeen lähestyessä loppuaan. Ryhmätapaamiset kehittivät lähinnä informaatiokanavaksi hankkeen tulevista tapahtumista. Myös tapaamisten sisältöön olisi toivottu paikoittain enemmän suunnitelmallisuutta. Yleisarvosana (keskiarvo) ryhmätapaamisten sisällöstä oli 3,2.

Hankkeen järjestämät tapahtumat onnistuivat yrittäjien mielestä pääosin hyvin. Parhaimmat arv sanat keräsi Design Forumin näyttely sekä Asunto- ja Forma -messut. Ulkomaille suuntautuneet Cervian ja Hallen tapahtumat saivat heikoimmat arviot. Yrittäjien tyytyväisyys heijastaa suoraan kyseisestä tapahtumasta saatua konkreettista hyötyä. Mitä suurempi käsin kosketeltava ja välitön hyöty, sitä tyytyväisempi oli mukana ollut henkilö. Yleisarvosanana hankkeen tapahtumista oli keskimäärin 3,2.

Asiantuntijapalveluista suosituimmat olivat www-sivutuotanto, valokuvaus sekä graafinen suunnittelu. Ylivoimaisesti eniten positiivista palautetta sai

tuotekuvaus, jonka yrittäjät kokivat erittäin tärkeäksi yrityksen markkinoinnin kehittämisen kannalta. Muutamissa tapauksissa yhteispeli graafisen suunnittelun kanssa ei toiminut, mutta pääosin palautteet tästäkin olivat positiivisia kuten myös www-sivutuotannosta. Muotoilu- ja muotikonsultointia käytti vain muutama yrittäjä, jotka olivat niihin erittäin tyytyväisiä. Kokonaisarvio asiantuntijapalveluista oli 4,3.

Hankkeen vaikutukset omaan yritystoimintaan olivat kaikilla palautekyselyyn vastanneilla positiivisia. Eniten positiivista kehitystä oli tapahtunut markkinoinnissa, uusien yhteistyökumppaneiden sekä myyntipaikkojen ja asiakkaiden hankinnassa. Vaikutukset yritysten liiketoimintaosaamisen kehittymisen ja sitä kautta kannattavuuden parantumiseen tulevat kokonaisuutena näkymään vasta tulevinä vuosina. Jo hankkeen aikana kuitenkin tapahtui myös näillä osa-alueilla huomattavaa kehitystä. Hankkeella oli myös positiivista vaikutusta työpaikkojen säilymiseen sekä syntymiseen. Kokonaisuutena tämä osio arvioitiin arvosanalla 2,1. Yleisarvosana hankkeen onnistumiselle oli 3,4, mitä voidaan pitää erittäin tyydyttävänä.

3.3.2 Tavoite 1-alue

Tavoite 1-alueelta hankkeessa mukana oli 27 yritystä, joista palautteen jätti 10 kpl. Vastausprosentti oli 37,0%

Tavoite 1-alueen yritysten mielipiteet ryhmätapaamisten sisällöstä olivat samansuuntaisia kuin Alma-alueen yrityksillä. Ryhmätapaamiset Tavoite 1-alueella arvioitiin arvosanalla 3,5.

Tapahtumien onnistumisen arvioinnissa oli hieman eroavaisuutta. Vain Tavoite 1-alueen yrittäjille järjestetty opintomatka Pariisiin onnistui yrittäjien mielestä erinomaisesti. Myös naisyrittäjien tsemppipäivä sekä muotoilupäivät saivat huomattavasti paremmat arvostukset Tavoite 1-alueella. Yleisarvosana (keskiarvo) tapahtumista oli 3,8.

Asiantuntijapalveluiden arvosanat olivat samansuuntaisia Alma-alueen yrittäjien kanssa. Kokonaisarvio asiantuntijapalveluista oli myös tällä ohjelma-alueella 4,3.

Hankkeen vaikutuksia yritystoimintaan pidettiin suurempina kuin Alma-alueella ja ne saivatkin kokonaisarvioksi 2,6. Yleisarvosana hankkeelle Tavoite 1-alueella oli 4,0.

Seuraavassa yhteenveto molempien alueiden yrittäjien kirjallisista kommentteista.

Miten yrityksesi on hyötynyt hankkeesta ?

- konkreettinen hyöty: www-sivut, tuotekuvaus, esitteet yms.
- innostanut ja kannustanut oikeasti !
- verkostoituminen ja uudet yhteistyökumppanit
- yrityksen näkyvyys ja tunnettavuus parantunut
- messuosallistumiset, joihin ei yksin taloudellisesti olisi voinut osallistua
- lisää varmuutta omaan osaamiseen

28

Mikä on ollut parasta ?

- tutustuminen toisiin yrittäjiin ja yhteiset tilaisuudet
- uudet yhteistyökumppanit
- asiantuntijapalvelut ja niiden tuoma konkreettinen hyöty
- palaute tuotteista ja tuotekehitysapu
- tehokkaat vetäjät, hyvin hallinnoitu ja johdutte hanke, tästä saisivat muutkin ottaa oppia
- osallistuminen eri messuille, päässyt mukaan isoihin tapahtumiin, joihin yksin ei olisi ollut resursseja osallistua
- synergiaedut yhteisesiintymisistä messuilla

Mikä huonointa ?

- projektin liian lyhyt aika, aika loppui kesken, hanke olisi voinut vielä jatkua
- omat kiireet ja resurssit estäneet osallistumisia
- liikaa messuja, enemmän suunnitelmallisuutta

- muotoiluyritysten ja käsityöyrittäjien välinen kuilu, osa toivoi hankkeen kohdistuvan vain muotoilualan kärkiyrityksiin ja käsityöyrittäjiä ei olisi toivottu mukaan laisinkaan
- Italian Cervia
- mainostoimisto-yhteispeli ei toiminut
- tieto hankkeiden kustannuksista joskus puutteellista

3.4 Pohjois-Pohjanmaan käsi- ja taideteollisuusalan kehittämisstrategian toteutuminen

Alueen strategiassa keskeisiksi painopistealueiksi on kirjattu Bothnia Design –toimintaympäristön luominen, käsi- ja taideteollisuuden imagon kehittäminen, koulutuksen kehittäminen, veturiyritykset ja niiden verkostot sekä pienten ja toimivien yritysten tukeminen.

Bothnia Designille on toimintaympäristö luotu omalla hankkeellaan. Muotoiluohjelma tuki toiminnallaan jo olemassa olevaa BD-ympäristöä mm. tiedottamalla siitä yrittäjille, toisen projektipäällikön osallistumisella hankkeen ohjausryhmään sekä esimerkiksi näyttelyesiintymisellä Helsingissä, jossa Design Forumissa olleen näyttelyn nimessä ja kaikessa tiedotusmateriaalissa käytettiin BD -materiaalia. Imagon kasvattamista hanke on tehnyt koko toiminnallaan, esiintymällä messuilla, näyttelyissä sekä mediassa niin hankkeena kuin myös yrittäjien itsensä toimesta ja kautta. Myös yhteistapahtumien, kuten esimerkiksi Oulun läänin muotoilupäivien, järjestäminen on osaltaan lisännyt alan tunnettavuutta ja arvostusta.

Koulutuksen ongelmana koko Oulun läänin käsi- ja taideteollisuusosalalla pidetään korkea-asteen koulutuksen puuttumista. Sen sijaan alan toisen asteen opetusta läänissä antaa viisi oppilaitosta. Näiden toiminnan kehittämiseen ei hankkeella ole osaltaan ollut mahdollisuuksia.

Yritysten tukeminen on hankkeessa tapahtunut tasapuolisesti ja yhteisöllisesti. Kaikille on tiedotettu hankkeen tarjoamista mahdollisuuksista, mutta vain osa on palveluita käyttänyt. Näistä yrityksistä aktiivisimmat muodostavat alueen kärkiyritykset. Täten ei hankkeessa ole tarvittu jakoa

eri yritysten välille, vaan toiminnan aikana veturiyritykset ovat erottuneet joukosta omalla aktiivisuudellaan. Muita yrityksiäkin on tuettu samalla tavoin, mutta niiden kyky vastaanottaa ja käyttää hyväksi ohjelman suomia etuja ei ole ollut yhtä tehokasta ja tuloksia tuottavaa. Tämä on syytä ottaa huomioon tulevia toimenpiteitä suunniteltaessa.

4 Taloudellinen toteutuma

4.1 Julkinen rahoitus

Molempien alueiden kokonaisbudjetti oli siis 250 000 euroa, josta 80 % rahoitti TE-keskus, 10 % alueen seutukunnat ja 10 % mukana olevat yrittäjät. Julkisen rahoituksen osalta ensimmäiseksi ongelmaksi muodostui seutukuntien rahoitusosuudet. Osasta seutukunnista ei oltu saatu kirjallisia sitoumuksia osallistumisesta hankkeen rahoitukseen, joten tämä aiheutti lisätöitä projektihenkilöstölle hankkeen alkukuukausina. Projektipäälliköiden piti seutukunnittain neuvotella uudestaan hankkeen rahoituksesta ja sopia monenlaisia maksujärjestelyjä eri seutukunnille. Kaiken kaikkiaan työ tuotti lopulta tulosta ja seutukuntien rahoitusosuudet saatiin kerättyä lähes toivotulla tavalla.

Toinen ongelma julkiseen rahoitukseen liittyi hankkeen kokonaisbudjettiin. Budjettihan oli laadittu ajalle 8/2004 – 2/2006. Käytännössä vuonna 2004 syntyneet kustannukset olivat vain murto-osa budjetoiduista kustannuksista, koska päätös hankkeen käynnistymisestä tuli vasta syksyllä 2004, eikä hanke ei pystynyt käynnistymään niin nopeasti. Muutoshakemuksen kautta saimme vuoden 2004 käyttämättömät varat käyttöön vuodelle 2005.

Molemmille hankkeille budjetoituja varoja jäi käyttämättä. Tämä koski pääasiassa kululajia asiantuntijapalvelut. Keskeisimpinä syinä tähän olivat hankkeen käynnistymisen viivästyminen ja sen seurauksena vuodelle 2004 budjetoitujen varojen käyttömahdollisuus myös vuonna 2005.

4.1.1 Alma-alue

Alma -alueen seutukunnista vain Ouluseutu lähti rahoittamaan hanketta heti ja ongelmitta. Raahen seudulla seutukunta lähti mukaan, kun Sofia Lybeckerin säätiö osallistui seutukuntarahoituksen maksamiseen. Ylivieskan seutukunta taas katsoi, ettei se kykene maksamaan seutukuntaosuuttaan. Seutukunta kuitenkin suositteli kuntia lähtemään mukaan tukemaan oman kuntansa alueilla toimivia yrityksiä. Näin Sieviä lukuun

ottamatta tapahtuikin. Tämä merkitsi sitä, että kahta Sievin kunnan alueella toimivaa yritystä emme voineet hankkeeseen ottaa mukaan. Seuraavassa taulukossa esitetään toteutuneet kustannukset kululajeittain sekä toteutunut rahoitus.

ALMA -alue

Toteutuneet kustannukset				
	2 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006	YHTEENSÄ
Palkat ja sivukulut	4 204	57 198	11 728	73 130
Ostopalvelut, palkkiot ja sivukulut	8	82 952	15 479	98 438
Matkakulut	0	10 121	1 273	11 394
Muut kustannukset				
-vuokrat	370	2 989	209	3 568
-toimistokulut, postitus, kopiointi, toimistotarv.	918	5 696	893	7 507
- muut	1 537	2 012	267	3 816
Kustannukset yhteensä	7 037	160 968	29 849	197 583

Toteutunut rahoitus				
	2 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006	YHTEENSÄ
EMOTR-O	5 630	128 774	23 879	158 283
Seutukunnat 10 %	704	16 097	2 985	19 786
Yksityiset yritykset 10 %	704	16 097	2 985	19 786
Rahoitus yhteensä	7 037	160 968	29 849	197 583

4.1.2 Tavoite 1-alue

Nivala-Haapajärven seutukunnan sekä Oulunkaaren seutukunnan kanssa ongelmia ei rahoitusosuudessa tullut. Tavoite 1 -alueella Koillismaan seutukunnassa oli meneillään organisaatiouudistuksia ja siellä myönteisen päätöksen saaminen venyi. Siikalatvan seutukunnassa ei aluksi rahaa hankkeelle ollut mutta monien keskusteluiden jälkeen Siikalatvan seutukunta maksoi seutukuntaosuuden.

Seuraavassa taulukossa esitetään toteutuneet kustannukset kululajeittain sekä toteutunut rahoitus.

Toteutuneet kustannukset				
	2 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006	YHTEENSÄ
Palkat ja sivukulut	1 525	56 707	11 728	69 960
Ostopalvelut, palkkiot ja sivukulut	8	72 077	13 487	85 571
Matkakulut	0	19 422	1 352	20 774
Muut kustannukset				
-vuokrat	370	2 810	209	3 389
-toimistokulut, postitus, kopiointi, toimistotarv.C18	729	5 313	926	6 968
- muut	1 537	2 109	93	3 739
Kustannukset yhteensä	4 169	158 437	27 795	190 401

Toteutunut rahoitus				
	2 kk 2004	12 kk 2005	2 kk 2006	YHTEENSÄ
EMOTR-O	3 335	126 750	22 236	152 321
Seutukunnat 10 %	417	15 844	2 780	19 041
Yksityiset yritykset 10 %	417	15 844	2 780	19 041
Rahoitus yhteensä	4 169	158 437	27 795	190 401

4.2 Kerätty yksityisrahoitusosuus

Monissa hankkeissa yksityisrahoitusosuuden kerryttäminen on usein ongelmallista, tässä hankkeessa siitä ei ollut tietoaakaan. Yrittäjät olivat erittäin sitoutuneita hankkeeseen. Alusta lähtien periaatteena oli se, että yhteisosallistumisiin kuten messuihin osallistuneilta yrittäjiltä kerättäisiin yksityisrahoitusosuutta 50 % kunkin yhteisosallistumisen kokonaiskustannuksista. Tämä onnistui erittäin hyvin.

Asiantuntijapalveluiden käytöstä laskutettiin yrittäjiltä aina 18 % käytön kokonaissummasta. Käytännössä hankkeen tehokasta toiminta-aikaa oli vain vuosi 2005, joten suurin osa yksityisrahoitusosuutta kerryttävistä toimenpiteistä toteutettiin vuoden 2005 aikana. Vaikka vuoden 2004 aikana yksityisrahoitusosuutta ei kertynyt, kompensoivat vuodet 2005 ja 2006 myös tämän osuuden ja yksityisrahoitusosuutta kertyi tarvittava määrä.

5 Tiedotus ja julkisuus

Hanke on aktiivisesti tiedottanut toiminnastaan. Hankkeen alussa laadittiin tiedotussuunnitelma, jossa määriteltiin keskeisimmät tiedotustoiminnan suuntaviivat. Lähes kaikista yhteisosallistumisista laadittiin lehdistötiedote (esim. asuntomessut, Forma, Design Forum, muotoilutreffit). Hankkeessa mukana olleita yrittäjiä ja sidosryhmiä tiedotettiin säännöllisin väliajoin ajankohtaisista asioista hanketiedotteella. Hankkeen www-sivut toimivat myös tehokkaana tiedotuskanavana (www.muotoiluohjelma.fi). Hankkeelle suunniteltiin oma esite. Muutamia yhteisosallistumisiin tehtiin myös muuta tiedotusmateriaalia, esim. julisteita, asuntomessujen luettelo, Design Forumin näyttelyluettelo. Sähköpostitse tapahtuneella kirjeenvaihdolla on ollut myös merkittävä rooli tiedon välityksessä.

Julkisuudessa hanke tai siinä mukana olleet yritykset (hankkeen toiminnan ansiosta) ovat esiintyneet painetussa lehdistössä n. 50 kertaa. Tämä lisäksi julkisuutta on tullut muutaman radiohaastattelun sekä nettiartikkeleiden kautta. Hankkeessa on toteutettu EU-hankkeelta vaadittuja julkisuus- ja tiedotussääntöjä.

Liitteenä on yhteenveto sekä esimerkkejä hankkeen aikana toteutetusta tiedotusmateriaalista.

6 Kokemuksia ja johtopäätöksiä hankkeesta

Hankkeen kesto olosuhteisiin nähden oli yleisesti ottaen niin hankkeen henkilökunnan kuin yrittäjienkin mielestä liian lyhyt. Alku meni paljolti yrittäjien ”etsimiseen” kentältä, seutukuntien sitouttamiseen, sekä toimintamenetelmien luontiin. Varsinaiseen kehittämistoimintaan hankkeessa päästiin vasta noin viiden kuukauden kuluttua hankkeen aloittamisesta.

6.1 Projektipäälliköiden arvio hankkeesta

Hankkeella parannettiin käsityö- ja taideteollisuusalan kärkiyritysten liiketoimintamahdollisuuksia huomattavasti. Kärkiyritysten siksi, että kaikki ohjelmassa mukana olleet yritykset eivät tarjottuja palveluita käyttäneet. Käyttämättä jättämisen syitä olivat mm. yrityksen huono taloudellinen tilanne, yrittäjän passiivisuus sekä tarjottujen palveluiden sopimattomuus yrityksen toiminnan kehittämiseen.

Jos aluksi sana kärkiyritys oli hämmentävä, kasvoi loppua kohden projektipäälliköiden ymmärrys käsitteestä; muotoiluohjelman kannalta se tarkoitti aktiivista, oman liiketoimintansa kehittämisestä kiinnostunutta ja hankkeen palveluita käyttänyttä yritystä. Näiden yritysten kohdalla kehittämistoimenpiteet olivat tärkeitä ja ne myös tuottivat suurimmat tulokset.

Hankkeen aikana projektipäälliköille selventyi myös käsitys käsi- ja taideteollisen alan yritysten kriittisistä menestystekijöistä. Näitä ovat markkinointiosaaminen, tuotteiden tasalaatuisuus ja toimitusvarmuus, kustannustehokkuus ja hinnoittelu sekä verkostoituminen ja alan yhteistyö.

Ensisijaisen tärkeä tekijä on markkinointiosaaminen ja markkinointityökalujen käyttö. Hankkeen avulla saimme aikaan huomattavaa kehitystä juuri markkinointityökalujen käyttöönotossa. Asiantuntijapalveluiden kautta yrittäjät saivatkin käyttöönsä erilaisia markkinointityökaluja; www-sivut, yrityksen graafinen ilme, esitteet, logot ym. Yrittäjillä on nyt hyvät eväät kehittää markkinointiaan. Työkalujen käyttöönotto ja markkinointiosaamisen

kehittyminen tulevat varmasti synnyttämään positiivisia vaikutuksia yrityksen toimintaan tulevaisuudessa. Ongelmana monella yrittäjällä on ns. epävarmuus markkinointiponnistuksissa. Usein käsityöyrittäjän suusta kuuli lauseen: ”kyllähän minä näitä tuotteita tekisin, mutta olisi vain joku toinen, joka niitä myisi”. Yrittäjien rohkeuden lisääminen tällä saralla onkin jatkuva haaste. Myös jälkimarkkinointiin on panostettava.

Tuotteiden tasalaatuisuus ja toimitusvarmuus ovat nykypäivän kiristyvässä kilpailussa ehdottomia vaatimuksia. Ilman näitä tekijöitä on ihan turha yrittää synnyttää toimivia jälleenmyyntikumppanuuksia. Harmittavaa onkin se, että käsityöalaa leimaa juuri heikkoudet toimitusvarmuuksissa ja tasalaatuisuudessa. Näiden ennakkoluulojen poistaminen on suuri haaste ja vaatii jatkuvia ponnistuksia tuotekehityspuolella. Ns. halpatuonnin tuotteiden laatu paranee koko ajan ja toimitusvarmuudet ovat aivan eri luokkaa. Kilpailu vain kiristyy.

Käsityöyritykset ovat pääasiassa yhden hengen yrityksiä. Kaikki resurssit ovat siis monesti vain olemassa olevat käsityöyrittäjän kaksi kättä. Tästä syystä tuotanto onkin usein erittäin hidasta. Jo yhden tuotteen valmistaminen vaatii yrittäjältä useita työtunteja. Tuotteiden valmistuskustannuksiinhan pitäisi sisällyttää myös tämä yrittäjän työkustannus eli palkka, jonka seurauksena hinnat nousevat valitettavan usein kohtuuttoman korkeiksi. Hinnoittelun periaatteetkin ovat vielä monelle käsityöyrittäjälle täysin hepreaa. Tämän ymmärtäminen ja tuotantoprosessien kustannustehokkuuden lisääminen ovat melkeinpä ainoita vaihtoehtoja tämän ongelman ratkaisussa.

Käsityöyrittäjien verkostoitumisella ja yhteistyöllä voidaan saavuttaa huomattavia synergiaetuja. Alihankinta- ja yhteistuotanto, yhteismarkkinointi ja yhteiset tuoteperheet ovat tästä esimerkkejä. Näiden avulla myös edellä mainittu kustannustehokkuus saadaan kasvamaan. Koko ohjelman aikana oli havaittavissa epäröintiä yhteistyön luomisessa yrittäjien kesken. Monet eivät uskaltaneet tai kehdanneet ottaa yhteyttä toisiin yrittäjiin, eikä yhteistoimintamalleja hankkeen käytänteiden lisäksi juuri ollut. Yksi syy verkostoitumisen ehkäisijänä oli varmasti myös kateus tai pelko

kilpailutilanteesta ja oman leivän hankkimisesta. Näihin seikkoihin onkin syytä jatkossa kiinnittää enemmän huomiota ja mahdollisesti muodostaa ohjatusti järkevästi yhdessä toimivia kokonaisuuksia. Loppuvaiheessa, kun rahalliset toimenpiteet ja hyöty jäivät syrjään, lopahti myös samalla monien yrittäjien mielenkiinto, vaikka verkostoitumista olisi voinut hyvinkin vielä jatkaa.

6.2 Ohjausryhmän arvio hankkeesta

Ohjausryhmän mielestä hanke on onnistunut tavoitteissaan erittäin hyvin. Alueen yrittäjiltä tulleen palautteen myötä verkostot ovat vahvistuneet koko Pohjois-Pohjanmaan alueella, osaaminen on kehittynyt kaikilla mitatuilla liiketoiminnan osa-alueilla (vrt. hankkeen tulokset). Erityismaininta annetaan hankkeen monista onnistuneista järjestelyistä kansallisiin ja kansainvälisiin tapahtumiin. Esimerkkinä mainittakoon päätösnäyttelyn järjestäminen Design Forumissa 13.1.-5.2.2006. Tapahtumien myötä alan yrittäjät ovat saaneet valtavasti julkisuutta, tilauksia ja myyntipaikkoja.

6.3 Jatkokehittämisehdotukset

Alan kehittämisestä edelleen maakunnassa on keskusteltu niin yrittäjien kuin yhteistyötahojenkin kanssa. Käsityöala on halpatuonnin ja muun, esimerkiksi koteihin suunnatun kulutuksen kanssa kovassa kilpailutilanteessa. Näin siitäkin huolimatta, että käsityön arvostuksen sanotaan kasvavan. Sen ei kuitenkaan pitäisi olla itseisarvo, vaan mahdollisesti tuotteelle lisäarvoa tuottava tekijä.

Taideteollisuuden tukeminen jatkossakin on tärkeää, mutta toiminta on suunnattava siten, että kehitystyössä saataisiin mahdollisimman hyvin mukaan sitoutuneita ja kehityskelpoisia yrityksiä. Käsityö- ja muotoilualan yrittäjillä oma substanssiosaaminen on usein niin hallitsevaa, että sen rooli toiminnan lähtökohtana ei edistä taloudellista menestymistä. Siksi on tärkeää testata selvästi ja avoimesti uusien toimintamallien soveltuvuus, jotta jatkossa voitaisiin tehdä mahdollisimman kestäviä ja tuloksia tuottavia toimenpiteitä. Projektipäälliköiden arviointi hankkeesta osiossa on läpikäyty useita käytännön kehittämistarpeita.

LIITE 1 Yhteenvedo kehittämisryhmätapaamisista

POHJOIS-POHJANMAAN MUOTOILUOHJELMA / KEHITTÄMISRYHMÄTAPAAMISET

projekti 16035 / ALMA –alue

22.2.2005 Raahen seutu

- Klo 17.00 - Raahen seutukunnan ryhmän ensimmäinen tapaaminen pidettiin Lybeckerin käsi- ja taideteollisella oppilaitoksella. Keskeisiä teemoja: hankkeen esittely, kehittämistarpeiden kartoitus, ryhmäläisiin tutustuminen. Myös Raahen seutukunnan rahoitus synnytti runsasta keskustelua.

16.3.2005 Raahen seutu

- Klo 10.00 – Toinen tapaaminen pidettiin myös Lybeckerillä. Käytiin läpi hanketta ja sen tuomia hyötyjä. Sofia Lybeckerin säätiö lupasi kustantaa osan seutukuntaosuudesta, jotta hanke voisi alueella toimia.

21.2.2005 Ouluseutu

- Klo 15.00 - Ouluseudun ensimmäinen ryhmätapaaminen pidettiin koko Ouluseudun porukalle Ouluseutu Yrityspalveluiden auditoriossa. Tapaamisessa yrittäjät jaettiin kahteen ryhmään; markkinointiin keskittyvään M-ryhmään ja tuotekehitykseen painotuvaan T-ryhmään. Tämän lisäksi keskusteltiin hankkeen tulevista toimenpiteistä, sovittiin henkilökohtaisia yrityskäyntejä sekä kartoitettiin kehittämistarpeita.

2.3.2005 Ouluseutu M ja Ouluseutu T

- T-ryhmä klo 12.00 - Colmio-kahvila: hankkeen tulevien tapahtumien esittely ja markkinointi
- M-ryhmä klo 15 - Colmio-kahvila: hankkeen tulevien tapahtumien esittely ja markkinointi

28.2.2005 Ylivieskan seutu

- Klo 10.00 - Tapaaminen pidettiin Kalajoella Artemassa. Käytiin läpi hankkeen tulevia tapahtumia ja kartoitettiin kehittämistarpeita.

5.4.2005 Ouluseutu M ja Ouluseutu T

- T-ryhmä klo 12.30 - Colmio-kahvila. Ryhmän jäsen Vassuskan Maire Laukkanen piti alustuksen omasta yritystoiminnastaan ja myyntikokemuksista. Maire kertoi innostavasti omia kokemuksiaan myyntityöstä ja siitä, kuinka myyntitaidot ovat kehittyneet vuosien varrella.
- M-ryhmä klo 16.00 - Colmio-kahvila: kehittämistoimenpiteiden läpikäyntiä

25.4.2005 Raahen seutu

- klo 14.00 - Lybeckerin käsi- ja taideteollinen oppilaitos. Ryhmän toivomuksesta paikalla oli Helena-talojen edustaja kertomassa liikelahjatalon toiminnasta. Keskeisimpiä kriteereitä tuotteille on laatu, hinta sekä riittävän suuret toimitusmäärät ja –varmuus. Esitys herätti runsaasti keskustelua ja osa yrittäjistä vaihtoi yhteystietoja sekä esitteli myös omia tuotteitaan Helena-talojen edustajalle. Ryhmätapaamisessa käsiteltiin myös muotoiluohjelman tulevia tapahtumia: Cervia, muotoilutreffit, asuntomessut sekä tiedotettiin asiantuntijapalveluista.

19.5.2005 Muotoilutreffit

- Historian ensimmäiset Muotoilutreffit onnistuivat loistavasti. Mukana oli kaikkiaan 65 osallistujaa aina Kuusamosta Reisjärvelle. Saamamme palautteen mukaan tapahtuman paras anti oli juuri se, mitä treffeillä tavoiteltiinkin eli verkostoituminen ja osallistujien toisiinsa tutustuminen. Ohjelmassa oli mm. yhteistyökumppaneiden puheenvuoroja, leikkimielinen tuotekilpailua sekä verkostoitumista.

12.9.2005 Messupalautepalaveri

- Asuntomessuille ja Formaani osallistuneille yrittäjille järjestettiin yhteinen palautekeskustelutilaisuus Ouluseutu Yrityspalveluiden tiloissa. Etukäteen kaikille osallistuneille

oli lähetetty täytettäväksi palautelomake, jonka yhteenveto esiteltiin tilaisuudessa. Itse paikalle oli valitettavasti päässyt vain muutama yrittäjä, joten tilaisuuden anti ei ollut odotetunlainen.

16.9.2005 Ylivieskan seutu

- Ryhmätapaaminen pidettiin Kalajoella yrittäjä Heikki Ulvin tiloissa. Keskusteltiin tulevista toimenpiteistä ja käytiin läpi jo tapahtuneita asioita. Monet asiat olivat hyvin esillä ja yrittäjät totesivat että kaikesta on hyvä oppia ja että muotoiluohjelman loppuaika on kiireistä.

20.9.2005 Ouluseutu M ja Ouluseutu T

- Molemmat ryhmätapaamiset pidettiin YPK:lla. Käsittelimme menneistä tapahtumista Cervian matkaa, Muotoilutreffejä, Esmo Oy:n järjestämää koulutusta, Asuntomessuja sekä Forma-messuja. Tavoite1-alueen yrittäjien Pariisin matkan kokemuksista oli paikalla kertomassa Ilona Vuolteenaho. Tulevista tapahtumista tiedotettiin myös: Naisyrittäjien tsemppipäivä, muotoilukoulutus, Oulun läänin muotoilupäivät, Elma-messut Helsingissä sekä näyttely Design Forumissa.

4.10.2005 Raahen seutu

- Tapaaminen pidettiin Lybeckerillä. Käytiin läpi jo tehtyjä toimenpiteitä sekä katsottiin mitä vielä hankkeen puitteissa tullaan tekemään.

17.1.2006 Ouluseudun ja Raahen seudun yhteistapaaminen, hankkeen päätöstilaisuus

18.1.2006 Ylivieskan tapaaminen, hankkeen päätöstilaisuus

POHJOIS-POHJANMAAN MUOTOILUOHJELMA / KEHITTÄMISRYHMÄTAPAAMISET

projekti 16030 / Tavoite1 –alue

39

14.2.2005 Oulunkaari

- Oulunkaaren ensimmäinen ryhmätapaaminen pidettiin Kierikkikeskuksen tiloissa. Tilaisuudessa keskityttiin hankkeen esittelyyn, yrityskohtaisten kehittämistarpeiden määrittelyyn sekä hankkeeseen sitoutumiseen.

16.2.2005 Koillismaa

- Koillismaan seutukunnan ensimmäinen ryhmätapaaminen pidettiin Kuusamon kaupungintalon tiloissa. Tilaisuudessa keskityttiin hankkeen esittelyyn, yrityskohtaisten kehittämistarpeiden määrittelyyn sekä hankkeeseen sitoutumiseen.

15.3.2005 Siikalatva

- Siikalatvan seutukunnan ensimmäinen ryhmätapaaminen pidettiin Haapaveden opistolla. Tilaisuudessa keskityttiin hankkeen esittelyyn, yrityskohtaisten kehittämistarpeiden määrittelyyn sekä hankkeeseen sitoutumiseen.

15.3.2005 Nivala-Haapajärvi

- Nivala-Haapajärven seutukunnan ensimmäinen ryhmätapaaminen pidettiin Nivalassa, Sapuskaravintolan tiloissa. Tilaisuudessa keskityttiin hankkeen esittelyyn, yrityskohtaisten kehittämistarpeiden määrittelyyn sekä hankkeeseen sitoutumiseen.

26.4.2005 Oulunkaari

- Oulunkaaren toinen ryhmätapaaminen pidettiin Kierikkikeskuksen tiloissa. Keskustelun pääpaino oli tulevien tapahtumien ja toimenpiteiden esittelyssä.

27.4.2005 Nivala-Haapajärvi

- Toinen ryhmätapaaminen pidettiin Nivalassa Sapuskaravintolan tiloissa. Käsiteltyjä asioita olivat tulevien tapahtumien ja toimenpiteiden esittely. Tapaamisessa ohjelmanumerona oli myös ryhmän sisäinen ”tuoteraati”. Yrittäjät olivat tuoneet mukanaan omia tuotteitaan, joita he esittelivät toisilleen ja saivat niistä kommentteja.

- 28.4.2005 Koillismaa**
- Tapaaminen pidettiin Kuusamon kaupungintalon tiloissa. Käsiteltäviä asioita olivat tulevien tapahtumien ja toimenpiteiden esittelyt. Tilaisuudessa käytiin vilkasta ja antoisaa keskustelua käsityöryttäjien haasteista.
- 19.5.2005 Muotoilutreffit**
- Historian ensimmäiset Muotoilutreffit onnistuivat loistavasti. Mukana oli kaikkiaan 65 osallistujaa aina Kuusamosta Reisjärvelle. Saamamme palautteen mukaan tapahtuman paras anti oli juuri se, mitä treffeillä tavoiteltiinkin eli verkostoituminen ja osallistujien toisiinsa tutustuminen. Ohjelmassa oli mm. yhteistyökumppaneiden puheenvuoroja, leikkimielinen tuotekilpailua sekä verkostoitumista.
- 7.9.2005 Nivala-Haapajärvi**
- Tapaaminen pidettiin Pyhäsalmella R-pajassa. Tilaisuuden aluksi yrittäjä Raakel Löytynoja esitteli oman yrityksen tiloja ja toimintaa. Käsiteltävissä asioissa keskityttiin kesän asunomessujen, Forma-messujen sekä muiden tapahtumien raportointiin. Yrittäjille tiedotettiin käytettävissä olevista asiantuntijapalveluista (tuotokuvaus, graafinen suunnittelu, www-sivut, vientikonsultointi, liiketoimintakonsultointi, muotoilukonsultointi). Lisäksi Pariisin opintomatalla olleet ryhmäläiset Ilona Vuolteenaho, Ritva Korhonen, Eija Soukka ja Raakel Löytynoja kertoivat muille ryhmäläisille matka-kokemuksiaan.
- 12.9.2005 Messupalautepalaveri**
- Keskustelutilaisuus oli yhteinen molempien alueiden mukana olleille yrittäjille. Tilaisuus järjestettiin Ouluseutu Yrityspalveluiden tiloissa. Etukäteen kaikille osallistuneille oli lähetetty täytettäväksi palautelomake, jonka yhteenveto esiteltiin tilaisuudessa. Paikalla myös keskusteltiin siitä, mitä tapahtumista opittiin. Tse paikalle oli valitettavasti päässyt vain muutama yrittäjä, joten tilaisuuden anti ei ollut odotetunlainen.
- 13.9.2005 Koillismaa**
- Tapaaminen pidettiin Kuusamon kaupungintalon tiloissa. Käsiteltävissä asioissa keskityttiin kesän asunomessujen, Forma-messujen sekä muiden tapahtumien raportointiin. Yrittäjille tiedotettiin käytettävissä olevista asiantuntijapalveluista (tuotokuvaus, graafinen suunnittelu, www-sivut, vientikonsultointi, liiketoimintakonsultointi, muotoilukonsultointi). Lisäksi Pariisin opintomatalla olleet ryhmäläiset Liisa Salmivaara ja Päivi Salo kertoivat muille ryhmäläisille matkakokemuksiaan.
- 19.9.2005 Oulunkaari**
- Oulunkaaren ryhmätapaaminen pidettiin Pudasjärvellä Puikkarin tiloissa. Käytiin läpi muotoiluohjelman menneitä tapahtumia ja niiden merkitystä yrittäjien toiminnassa. Keskusteltiin tulevista tapahtumista ja niihin käytössä olevista resursseista.
- 18.1.2006 Nivala-Haapajärven, Ylivieskan ja Siikalatvan yhteistapaaminen, hankkeen päätöstilaisuus**
- 19.1.2006 Oulunkaaren ja Koillismaan yhteistapaaminen, hankkeen päätöstilaisuus**

LIITE 2 Yhteenvedo hankkeessa tuotetusta tiedotusmateriaalista

Lehdistötiedotteet:

- tiedote hankkeen käynnistymisestä sekä rekrytointivalinnoista (joulukuu 2004)
- tiedote osallistumisesta Matkamessuille (tammikuu 2005)
- tiedote hankkeen osallistumisesta Oulun Asuntomessuille (toukokuu 2005)
- tiedote hankkeen messuosastosta Oulun Asuntomessuilla (heinäkuu 2005)
- tiedote Aito Aittatonttu –käsityöläistapahtumasta (elokuu 2005)
- tiedote Forma-messujen osastosta (syyskuu 2005)
- tiedote naisyrittäjien tsemppipäivästä (lokakuu 2005)
- tiedote tulevasta Design Forum näyttelystä (joulukuu 2005)
- tiedote Design Forumin näyttelyn avauksesta (tammikuu 2006)
- tiedote hankkeen päättymisestä ja tuloksista (helmikuu 2006)

Lehti-ilmoitukset:

- rekrytointi-ilmoitus Kalevassa (marraskuu 2004)
- lehti-ilmoitus asuntomessujen osastosta sanoma- ja erikoislehdissä (heinäkuu 2005)
- lehti-ilmoitukset Aito Aittatonttu-käsityöläistapahtumasta Kalevassa, Forumissa ja Oululehdessä (elokuu 2005)
- lehti-ilmoitus Naisyrittäjien tsemppipäivästä Kalevassa (lokakuu 2005)

Radiohaastattelut:

- Radio Megassa ja Radio Pookissa naisyrittäjien tsemppipäivästä
- Ouluradiossa Design Forum näyttelystä

Muu tiedotusmateriaali:

- 4-värinen hanke-esite ja uudistettu painos
- yhteisesite alueen käsityöalan yrittäjien esilletuomiseksi asuntomessukohteisiin
- julisteet Aito Aittatonttu-tapahtumasta
- julisteet ja kutsut Naisyrittäjien tsemppipäivästä
- julisteet Oulun läänin muotoilupäivistä
- Bothnia Design – parasta pohjoisesta –näyttelyluettelo
- hankkeen nettisivut
- infokirje kohdeyrityksille
- hankkeen ilmoittautumislomake
- haastattelulomake yrittäjien toiminnan ja tarpeiden kartoittamiseksi
- palautelomake
- powerpoint-esitykset hankkeen toiminnasta ja tavoitteista
- hanketiedotteet yrittäjille ja sidosryhmille (huhtikuu 2005, kesäkuu 2005, syyskuu 2005 ja joulukuu 2005)

Asiantuntijakonsultointien tuottama materiaali

- tuotekuvaukset Studio Timo Heikkala (30 yritystä)
- graafinen materiaali Mainostudio Huippumedia (37 yritystä)
- www-sivutuotanto Visualway Design Oy (22 yritystä)

Ohessa näytteitä hankkeen tiedotusmateriaalista.

POHJOIS-POHJANMAAN MUOTOILUOHJELMA KÄSITYÖ- JA MUOTOILUALAN YRITYSTEN KEHITTÄMISHANKE

HANKETIEDOTE SYYSKUU 2005

- Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma tänään on edennyt ja nähtävillä on muutamia ja muutamia esittelyä tapahtumissa ja kokeiluissa. Ohjelmassa esittelyä on nyt kolme ja jatkossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.



Muotoilualan ja muotoilualan yritysten kanssa pidetään ohjelmalla "Jälki-työkalu", jossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

- Hei Auntonmessut 19-21.8.2005. Muotoilualan ja muotoilualan yritysten kanssa pidetään ohjelmalla "Jälki-työkalu", jossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

- Syyskuun alkuun järjestetään esittelyä Porissa. Muotoilualan ja muotoilualan yritysten kanssa pidetään ohjelmalla "Jälki-työkalu", jossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.



- Syyskuun alkuun järjestetään esittelyä Porissa. Muotoilualan ja muotoilualan yritysten kanssa pidetään ohjelmalla "Jälki-työkalu", jossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Syyskuun alkuun järjestetään esittelyä Porissa. Muotoilualan ja muotoilualan yritysten kanssa pidetään ohjelmalla "Jälki-työkalu", jossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Oulun Auntonmessut
Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma, P.O. 22 (Pohjois-Pohjanmaa), 90010 Oulu
www.muotoiluohjelma.fi

LEHDISTÖTIEDOTE 14.7.2005

Maakuntamme käsi- ja taideteollisen alan yritysten parhaimmisto esillä Oulun Auntonmessuilla

Oulun Auntonmessut tarjoavat erinomaisen tilaisuuden tulla esille pohjois-pohjanmaalta käsi- ja taideteollisen alan osaajista. Auntonmessujen suostumattomasti ajateltavalla yli 70 m² osastolla on koottu yli 30 käsi- ja taideteollisen alan yritysten tuotteita ja ne edustavat maakuntamme parhaimmistoa. Auntonmessujen osasto tarjoaa erinomaisen läpikäytävän alueemme käsi- ja taideteollisista ammattilaisista. Osaston yhteydessä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Tuotevalikoima käsittää nimenomaan suutustuotteita. Nähtävillä on kanteleita ja yslä-
käsityö- ja taideteollisen alan osaajista. Auntonmessujen suostumattomasti ajateltavalla yli 70 m² osastolla on koottu yli 30 käsi- ja taideteollisen alan yritysten tuotteita ja ne edustavat maakuntamme parhaimmistoa. Auntonmessujen osasto tarjoaa erinomaisen läpikäytävän alueemme käsi- ja taideteollisista ammattilaisista. Osaston yhteydessä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Esimerkkeinä mm. Sateenkaari- ja värikäs pöytä kunnioitettiin. Studio Taina Osmo-
mon nyllyt. Hilda's Paperin upeat paperimassat. Hugo Korhonenin kädessä
pöytä, Bothnia Design tuotteet. Kierikki tuotteet jne. "Käsitöiden ja taideteollisen alan osaajista. Auntonmessujen suostumattomasti ajateltavalla yli 70 m² osastolla on koottu yli 30 käsi- ja taideteollisen alan yritysten tuotteita ja ne edustavat maakuntamme parhaimmistoa. Auntonmessujen osasto tarjoaa erinomaisen läpikäytävän alueemme käsi- ja taideteollisista ammattilaisista. Osaston yhteydessä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Oulun Auntonmessut on muotoiluohjelman yksi suurimmista satsauksista ja samalla hyvä
esimerkki käsitöiden ja taideteollisen alan osaajista. Auntonmessujen suostumattomasti ajateltavalla yli 70 m² osastolla on koottu yli 30 käsi- ja taideteollisen alan yritysten tuotteita ja ne edustavat maakuntamme parhaimmistoa. Auntonmessujen osasto tarjoaa erinomaisen läpikäytävän alueemme käsi- ja taideteollisista ammattilaisista. Osaston yhteydessä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma on alueen käsi- ja taideteollisuuden yritysten ja
verkostojen kehittämishanke. Kehittämishankkeen tavoitteena on edistää pohjois-pohjanmaalla toimivien
käsi- ja taideteollisuuden yritysten ja verkostojen kehitystä ja kasvua. Ohjelmassa esittelyä on nyt kolme ja jatkossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa.

Osaotamme lehdistötilaisuudessa myös uuden paikallisen loppuvaraston mallit. Kii-
Arctic Black teille. Tervetuloa!

USÄITTOJA

Esa Ukonmaaho
projektipäällikkö
esaukonmaaho@ouka.fi
p. 044 703 1361

www.muotoiluohjelma.fi



POHJOIS-POHJANMAAN MUOTOILUOHJELMA

Käsi- ja taideteollisen alan yritysten kehittäminen



www.muotoiluohjelma.fi

Pohjois-Pohjanmaan muotoiluohjelma
on alueen käsi- ja taideteollisuuden yritysten ja
verkostojen kehittämishanke. Kehittämishankkeen tavoitteena on edistää pohjois-pohjanmaalla toimivien
käsi- ja taideteollisuuden yritysten ja verkostojen kehitystä ja kasvua. Ohjelmassa esittelyä on nyt kolme ja jatkossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa.

Tavoitteena on edistää pohjois-pohjanmaalla toimivien
käsi- ja taideteollisuuden yritysten ja verkostojen kehitystä ja kasvua. Ohjelmassa esittelyä on nyt kolme ja jatkossa esittelyä on jatkossa jatkossa jatkossa.

Käsitöiden ja taideteollisen alan osaajista. Auntonmessujen suostumattomasti ajateltavalla yli 70 m² osastolla on koottu yli 30 käsi- ja taideteollisen alan yritysten tuotteita ja ne edustavat maakuntamme parhaimmistoa. Auntonmessujen osasto tarjoaa erinomaisen läpikäytävän alueemme käsi- ja taideteollisista ammattilaisista. Osaston yhteydessä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Tuotevalikoima käsittää nimenomaan suutustuotteita. Nähtävillä on kanteleita ja yslä-
käsityö- ja taideteollisen alan osaajista. Auntonmessujen suostumattomasti ajateltavalla yli 70 m² osastolla on koottu yli 30 käsi- ja taideteollisen alan yritysten tuotteita ja ne edustavat maakuntamme parhaimmistoa. Auntonmessujen osasto tarjoaa erinomaisen läpikäytävän alueemme käsi- ja taideteollisista ammattilaisista. Osaston yhteydessä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

Tuotevalikoima käsittää nimenomaan suutustuotteita. Nähtävillä on kanteleita ja yslä-
käsityö- ja taideteollisen alan osaajista. Auntonmessujen suostumattomasti ajateltavalla yli 70 m² osastolla on koottu yli 30 käsi- ja taideteollisen alan yritysten tuotteita ja ne edustavat maakuntamme parhaimmistoa. Auntonmessujen osasto tarjoaa erinomaisen läpikäytävän alueemme käsi- ja taideteollisista ammattilaisista. Osaston yhteydessä on jatkossa jatkossa jatkossa jatkossa.

BOTHNIA DESIGN PARASTA POHJOISESTA

13.1. - 5.2.2005

Design Forum Finland

Tila

Työryhmä
HILSA VUOLARI

Yrityksen
johdattaminen
EVA KESÄNEN

Isäntä
PETER WALTER

ATK-käsitöitä

Naisgrittäjien
TSEMPPIPÄIVÄ
PE 14.10. KLO 11-17 OULUN EDEN

11:00 Tervetuloa
11:30 Lounas (maksuttomasti)
12:30 Työpaja aloit
13:30 Työpaja 2: 45min
14:30 Kahvitauko Säästöpankki Oulu
15:30 Työpaja 2: 45min
16:30 Työpaja 2: 45min

Tervetuloa

Säästöpankki Oulu
Pohjois-Pohjanmaan Muotoiluohjelma