



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Sonja Linkoneva

Taiteilijaresidenssin brändin asemointi

Kehittämiskohteena Serlachius-residenssi

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja AMK

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

19.11.2019

Tekijä Otsikko	Sonja Linkoneva Taiteilijaresidenssin brändin asemointi - Kehittämiskohteena Serlachius-residenssi
Sivumäärä Aika	31 sivua + 3 liitettä 19.11.2019
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Koulutusohjelma	Kulttuurituotanto
Ohjaaja	Niina Torkko, kulttuurituotannon lehtori
<p>Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimus, jonka tavoitteena on kartoittaa ja selvittää työn tilaajana toimivan kuvataiteen alan ammattilaisille suunnatun Serlachius-residenssin nykytila. Työn tarkoituksena on toimia alustavana selvitystyönä Serlachius-residenssin kehitysprosessille. Halusin selvittää, miten Serlachius-residenssi eroaa muista suomalaisista taiteilijaresidensseistä, mitkä ovat Serlachius-residenssin vahvuuksia, miten residenssi voi käyttää resurssejaan parhaalla mahdollisella tavalla, miksi se on perustettu ja mitä sen toiminta voisi olla tulevaisuudessa.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen muodostaa brändinhallinta. Käytän Serlachius-residenssin brändikuvan selvittämisessä Petri Uusitalon Arvon portaat -työskentelymallia. Aineistonhankintamenetelminä opinnäytetyössä käytetään sekä suomalaisille residenssi-toimijoille että kuvataiteilijoille lähetettyä kyselytutkimusta sekä residenssin toiminnasta vastaavien henkilöiden ryhmähaastattelua. Työn pohjana toimii myös oma kokemukseni Serlachius-residenssin residenssikoordinaattorina.</p> <p>Tuloksina syntyivät katsaus Serlachius-residenssin nykytilaan, tilaajalle kohdistettuja kehitysehdotuksia sekä eväät Serlachius-residenssin brändin rakentamiseen ja sen käyttämiseen residenssin toiminnassa ja sen kehitystyössä. Opinnäytetyössä selvisi, että Serlachius-residenssi on käytännölliltään toimiva, potentiaalinen taiteilijaresidenssi, mutta siihen käytettyjä resursseja tulisi kohdentaa paremmin. Tästä syystä viiden toimintavuoden jälkeen Serlachius-residenssin toimintaa tullaan muuttamaan vähemmän on enemmän -periaatteen mukaisesti. Jatkossa residenssiin valitaan vuosittain vähemmän taiteilijoita, mutta heille pyritään tarjoamaan enemmän tukea niin taloudellisesti kuin henkilöresurssein.</p> <p>Kehitystyö synnytti tilannekatsauksen lisäksi konkreettisia ideoita ja ehdotuksia residenssin toiminnan parantamiseksi. Residenssiä pyörittäviä organisaatiota kannustetaan panostamaan residenssitoimintaan entistä paremmin ja suunnitelmallisemmin, jotta siihen käytetyt resurssit toisivat mahdollisimman suuren hyödyn niin residenssivieraiden kuin residenssiä pyörittävien organisaatioidenkin näkökulmasta.</p>	
Avainsanat	taiteilijaresidenssi, taidesäätiö, kuvataide, residenssi, brändinhallinta

Author Title Number of Pages Date	Sonja Linkoneva Creating a Distinctive Character for an Artist Residency in Finland - Case: Serlachius Residency 31 pages + 3 appendices 19 November 2019
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Cultural Management
Instructor	Niina Torkko, Lecturer in Cultural Management
<p>This thesis is a case study, the goal of which is to explore the current status of the Serlachius Residency, a residency studio in Finland maintained by Serlachius Museums and Mänttä Art Festival for professionals engaged in the field of visual arts. The aim of this study was to find out how Serlachius Residency differs from other Finnish artist residencies, what are its strengths, the reasons behind its establishment, and what its focus could be in the future.</p> <p>The theoretical framework of the thesis relies on the concept of brand management. For this purpose, the value stairs model of Petri Uusitalo was applied in order to identify and determine the brand image of the Serlachius Residency. The methods of data collection were a questionnaire sent to Finnish resident organisations as well as a group interview of individuals active in the respective residency in functionally equivalent roles. What is more, the research is also based on the author's first-hand experiences as a residency coordinator for the Serlachius Residency.</p> <p>This case study concluded that Serlachius Residency is an artist residency that functions in practice yet has great untapped potential. It was concluded that the resources employed ought to be better and more analytically targeted. Therefore, after five years of operation, the Serlachius Residency will be reformed under the principle of "less is more". In the future, fewer artists will be selected each year for the residency, and this trend should be coupled with efforts to provide them with more opportunities and support encompassing both economic and human resources.</p> <p>This case study aimed to deliver concrete ideas and pragmatic suggestions for improving the operation of the Residency. Resident organisations are hereby encouraged to invest in residency activities in a more systematic and inclusive manner, implying that the requisite resources can deliver greater impacts from the perspective of both the resident artists and the residency organisations themselves.</p>	
Keywords	artist residency, art foundation, contemporary art, brand management

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kehittämiskohteen kuvaus	2
2.1	Taiteilijaresidenssit Suomessa	3
2.2	Serlachius-residenssi	3
2.3	Taidesäätö ja Serlachius-museot	5
3	Teoreettinen viitekehys: Brändinhallinta	7
3.1	Mikä on brändi?	8
3.2	Käsitys arvosta	9
3.3	Tärkeimmät käsitteet	10
3.4	Arvon portaat -malli	12
4	Tutkimuskysymykset	13
5	Tapaustutkimus ja käytetyt menetelmät	14
5.1	Tutkimuksellinen kehittämistyö	14
5.2	Tapaustutkimus	15
5.3	Haastattelut	16
5.4	Kyselytutkimus	17
6	Tutkimuksen tulokset	18
6.1	Serlachius-residenssin nykytila	18
6.2	Serlachius-residenssin toiminnan tavoite	19
6.3	Serlachius-residenssin vahvuudet	20
6.4	Serlachius-residenssin arvon portaat	23
7	Kehittämisehdotukset	25
8	Pohdinta	30
	Lähteet	32
	Liite 1: Kyselytutkimus kuvataiteilijoille	1
	Liite 2: Kyselytutkimus residenssitoimijoille	3
	Liite 3: Haastattelun runko	5

1 Johdanto

Suomessa on laskutavasta riippuen noin 58 kuvataiteen alan toimijoille suunnattua taiteilijaresidenssiä tai vierasateljeeta. Serlachius-museoiden ja Mäntän kuvataideviikkojen ylläpitämä Serlachius-residenssi aloitti toimintansa vuonna 2015. Viiden toimintavuoden jälkeen, kun käytännön asiat ovat alkaneet rullaamaan, halusin tehdä kartoituksen residenssin nykytilasta ja sijoittaa residenssin selvityksen perusteella Suomen taiteilijaresidenssien kentälle. Halusin selvittää, miten Serlachius-residenssi eroaa muista suomalaisista taiteilijaresidensseistä, mitkä ovat Serlachius-residenssin vahvuuksia, mitä residenssi voisi tehdä paremmin, miksi se on perustettu ja mitä sen toiminta tulee olemaan tulevaisuudessa.

Taustani kuvataidealalta on elämäni mittainen. Olen pyörinyt kuvataiteen parissa enemmän tai vähemmän syntymästäni asti vanhempieni töiden kautta seuraten kaikkea, mikä näyttelytuotantoihin liittyy. Työelämään tutustuin kuvataidenäyttelyn lipunmyyjänä ollessani teini-ikäinen ja olen jatkanut työskentelyä alalla siitä lähtien.

Minua pyydettiin tuuraamaan Serlachius-residenssin residenssikoordinaattoria kesälomien ajaksi kesällä 2017. Sijaisuuteni jatkui kuitenkin vuoden yli elokuuhun 2018. Työ Serlachius-residenssin residenssikoordinaattorina oli minulle henkilökohtaisesti tärkeä. Olen Mäntästä kotoisin ja haluan tehdä Mänttää kuvataidealalla näkyväksi. Lisäksi haluan tehdä töitä aidosti kuvataiteilijoille. Työssäni Serlachius-residenssissä koin, että sain tehdä töitä nimenomaan taiteilijalle itselleen. Tein työtä, joka mahdollisti taiteilijan keskittymisen itse luovaan prosessiin.

Halusin tehdä opinnäytetyön, joka hyödyttää tilaajani lisäksi myös muita residenssitoimijoita ja sitä kautta myös kuvataiteilijoita. Toivon, että opinnäytetyöni auttaa suomalaisia residenssitoimijoita pohtimaan oman residenssinsä brändiä ja asemaansa Suomen taiteilijaresidenssien kentällä. Tahdon, että voimme toimia yhdessä toinen toisistamme hyvällä tavalla poiketen, jotta jokainen kuvataiteilija löytää itselleen sopivan paikan tehdä luovaa työtä. Toivon, että työstäni on hyötyä myös kulttuurituotannon kentällä. Työni sisältää perustietoa taiteilijaresidensseistä, kertoo kevyesti niiden historiasta Suomessa sekä avaa yhden taiteilijaresidenssin käytäntöjä. Olen pyrkinyt tekemään selkeän ja

avaavan työn taiteilijaresidenssien tilanteesta Suomessa. Toivon, että työ opettaa jokaiselle lukijalle jotain taiteilijaresidenssien kentästä Suomessa.

Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimus, jonka tavoitteena on kartoittaa ja selvittää työn tilaajana toimivan kuvataiteen alan ammattilaisille suunnatun Serlachius-residenssin nykytila ja sijoittaa se selvityksen perusteella Suomen taiteilijaresidenssien kentälle. Työn tarkoituksena on toimia alustavana selvitystyönä Serlachius-residenssin kehitysprosessille sekä auttaa Serlachius-residenssiä brändinsä kehittämisessä ja antaa työkaluja sen tavoiteprofiilin tarkentamiseen ja saavuttamiseen. Työn teoreettisena viitekehystenä on käytetty brändinhallintaa.

Selvittääkseni Suomen taiteilijaresidenssien tilannetta lähetin suomalaisille residenssi-toimijoille kyselyn, jossa kartoitin residenssien tilannetta ja resursseja. Toisen kyselyn lähetin kuvataiteilijoille. Osa vastaajista oli työskennellyt taiteilijaresidensseissä uransa aikana, osa ei. Lisäksi haastattelin Serlachius-residenssin residenssiitiimiä Serlachius-residenssin toimintaperiaatteista.

Työ alkaa kehittämiskohteen kuvauksella. Kerron aluksi, mikä on taiteilijaresidenssi, avaan hieman taiteilijaresidenssien lyhyttä historiaa Suomessa ja avaan suhteellisen laajasti tilaajani taustaorganisaation, Gösta Serlachiuksen taidesäätiön, ja Serlachius-museoiden historiaa. Koen sen olevan tarpeellista, sillä niiden historia liittyy olennaisesti Serlachius-residenssin brändi-imagon muodostamiseen. Tämän jälkeen avaan brändinhallinnan keskeiset käsitteet ja Petri Uusitalon Arvon portaat -työskentelymallin, jota käytän Serlachius-residenssin brändi-imagon muodostamisessa sekä esittelen kehittämistyön tutkimuskysymykset, lähestymistavan ja tutkimusmenetelmät. Lopuksi käyn läpi tutkimuksen tulokset, joiden pohjalta esitän ideoitani residenssin kehittämisestä ja tulevaisuusnäköyksiä. Pohdinnassa pyrin punomaan yhteen koko kehittämistyön prosessin.

2 Kehittämiskohteen kuvaus

Tässä luvussa kerron taiteilijaresidenssien historiasta Suomessa sekä siitä, mikä on opinnäytetyön kehittämiskohde Serlachius-residenssi. Lisäksi kerron melko laajasti taustoja Serlachius-residenssin toimintaan vaikuttavista tekijöistä, Serlachius-museoista ja

Gösta Serlachiuksen taidesäätiöstä ja sen historiasta, sillä nämä vaikuttavat olennaisesti Serlachius-residenssin brändimielikuvan rakentamiseen.

2.1 Taiteilijaresidenssit Suomessa

Suomen Taiteilijaseuran ateljeesäätiön mukaan residenssit tarjoavat ”ammattimaiset puitteet ja edellytykset taiteilijoille luovaan ja pitkäjaksoiseen työskentelyyn vieraassa ympäristössä. Residenssit tarjoavat taiteilijoille tilaisuuksia asua ja työskennellä muualla ’taiteen vuoksi’. Ne tarjoavat luovaa työtä tukevia olosuhteita ja työskentelymahdollisuuksia valmiina taiteilijoiden käyttöön.” (Suomi-Chande, R. 2012.)

Suomen taiteilijaseuran ateljeesäätiö näkee nykymuotoisen taiteilijaresidenssitoiminnan alkaneen Suomenlinnassa 1980-luvun alussa, Pohjoismaisen Taidekeskuksen ateljeissa. ”Artist in Residence” -käsite levisi Suomeen 1990-luvun puolivälissä. Vuonna 1996 Taiteen keskustoimikunta perusti residenssijaoston kehittämään kansainvälistä taiteilijavaihtoa Suomessa. Jaosto laati ”Artist in Residence – Kansainvälisen taiteilijavierastoiminnan kehittämisohjelman” vuonna 1997. (Suomi-Chande, R. 2012.) Riikka Suomi-Chanden tekemän selvitystyön (Suomi, R. 2005.) mukaan residenssien määrän merkittävä kasvu 1990-luvun lopussa on sidoksissa Taiteen keskustoimikunnan residenssijaoston perustamiseen sekä residenssiavustuksiin, joita alettiin jakaa vuonna 1997. Lukuun ottamatta muutamaa poikkeusta voidaan yleistää sanoa, että taiteilijaresidenssit Suomessa ovat syntyneet 1990-luvun puolivälin jälkeen. (Suomi, R. 2005.)

Residenssitoimijoiden lukumäärä on kasvanut rutkasti viimeisen 20 vuoden aikana. Vuonna 2002 toimijoita oli noin 20 ja vuonna 2012 noin 40 laskutavasta riippuen. (Suomi-Chande, R. 2012.) Suomen taiteilijaseuran ateljeesäätiön tekemän listauksen mukaan Suomessa on tällä hetkellä 58 taiteilijaresidenssiä kuvataiteilijoille (Artinres.fi. 2019).

2.2 Serlachius-residenssi

Serlachius-residenssi on Serlachius-museoiden ja Mäntän kuvataideviikkojen ylläpitämä vierasateljee kuvataiteiden parissa työskenteleville luovan alan ammattilaisille, kuten kuvataiteilijoille, taidehistorioitsijoille, tutkijoille tai kuraattoreille. Se sijaitsee Mäntässä Koillis-Pirkanmaalla, noin sata kilometriä Tampereelta pohjoiseen. (Serlachius-museot 2018b.)

Serlachius-residenssi aloitti toimintansa vuonna 2015. Serlachius-museoiden johtaja Pauli Sivonen kuvaa Serlachius-museoiden asiakaslehden kolumnissaan, että residenssi perustettiin pikemminkin sattumalta kuin määrätietoisen suunnittelun pohjalta. Mänttäläisestä residenssistä oltiin haaveiltu jo vuodesta 2011, mutta lopulta residenssi perustettiin lähinnä siksi, että sopiva tila löytyi Serlachius-museoiden pitkäaikaisen talonmiehessä jäädessä eläkkeelle ja jättäessään virka-asuntonsa tyhjäksi. (Sivonen, 2018.)

Serlachius-residenssissä residenssirakennuksia on kaksi ja ne sijaitsevat noin kolmen kilometrin päässä toisistaan. Toinen rakennuksista, Aleksanterin linna, on varattu työskentelyyn ja toinen, entisen talonmiehen mukaan nimetty Einola on varattu asumiseen. Residenssityöskentely tapahtuu Mäntän keskustassa. Serlachius-museo Gustafin vieressä Koskelanlammen rannalla sijaitsevassa rakennuksessa on neljä työhuonetta, kuvanveistotila ja alakerrassa isompi sali, joka sopii monenlaisten näyttelyiden ja tapahtumien järjestämiseen. Residenssiasuntona toimii Serlachius-museo Göstan pihapiirissä sijaitseva omakotitalo Einola. Talossa on kolme makuuhuonetta sekä yhteisinä tiloina keittiö, sauna, pesutilat ja WC-tilat. (Serlachius-museot 2018a.)

Serlachius-residenssissä työskentelee vuosittain noin kaksikymmentä taiteilijaa ympäri maailmaa. Vuodeksi 2019 hakemuksia tuli 100 kappaletta 34 eri maasta. Residenssiin voi hakea joko yksityishenkilönä henkilökohtaiseen työskentelyyn tai työparit ja erilaiset taiteilijaryhmät voivat hakea residenssipaiikkaa yhdessä. Residenssiin voi hakea 1–6 kuukauden ajaksi. Yksittäisen residenssijaksoson lisäksi Serlachius-residenssistä voi hakea tuotantoresidenssiaikaa, joka jaksottuu useammalle peräkkäiselle vuodelle. Tuotantoresidenssin tarkoitus on mahdollistaa pitkäkestoisemmat projektit. (Serlachius-museot 2018c.)

Serlachius-residenssi ei peri residenssijaksosta vuokraa. Sen sijaan asukkailta edellytetään vähintään yhden A4-kokoisen sivun pituista kirjallista raporttia oleskelustaan ja työskentelystään Mäntässä. Residenssiin valitut henkilöt vastaavat itse matkoista sekä työskentely- ja elinkustannuksista residenssissä. (Serlachius-museot 2018c.)

2.3 Taidesäätiö ja Serlachius-museot

Vaikka Serlachius-residenssi on itsenäinen osansa Serlachius-museoiden kyljessä, Gösta Serlachiuksen taidesäätiön ja Serlachius-museoiden vaikutusta sen toimintaan ei voi sivuuttaa. Esittelen tässä kappaleessa sekä taidesäätiön että Serlachius-museoiden taustoja ja tavoitteita sekä sitä, miten niiden arvot, historia ja merkitys vaikuttavat Serlachius-residenssin toimintaan.

Gösta Serlachiuksen taidesäätiön historiaa

Gösta Serlachius (1876–1942) saapui vuonna 1898 harjoittelijaksi Mänttään setänsä G. A. Serlachiuksen paperitehtaaseen. Kyseessä on sama paperitehdas, joka vielä tänäkin päivänä valmistaa muun muassa monen tuntemaa Serla-vessapaperia Mäntässä. Myöhemmin Gösta Serlachius kasvatti setänsä paperiyhtiön yhdeksi Suomen tärkeimmistä metsäteollisuusyhtiöistä. Serlachius-museot kuvailevat nettisivuillaan Gösta Serlachiuksen olleen liiketoiminnassaan suoraviivainen, mutta hänellä oli myös herkkä puoli, joka näkyi erityisesti hänen suhteessaan taiteeseen. (Serlachius-museot 2019a.)

Serlachius-museoiden mukaan teollisuuden ja yhteiskunnallisen aktiivisuuden rinnalla taiteella oli tärkeä merkitys Gösta Serlachiukselle. 1900-luvun alussa hän kartutti taidekokoelmaansa yksittäisten teosten ostoin. Hän hankki tuolloin erityisesti Akseli Gallen-Kallelan tuotantoa. Gösta Serlachiukselta tuli taidemesenaatti ja hänen painoarvonsa taidemaailmassa kasvoi. Suomen taiteilijaseura kutsui hänet kunniajäsenekseen jo vuonna 1917. Vuonna 1938 hän laati eräiden yhteiskuntamme johtohenkilöiden kanssa vetoimuksen taiteen puolesta. Vetoimus osoitettiin talouselämän johtohenkilöille, jotta nämä antaisivat taiteilijoiden koristaa julkiset rakennukset tehden taiteen näkyväksi entistä useammille. (Serlachius-museot 2019a.)

Gösta Serlachiuksen taidesäätiö perustettiin vuonna 1933 hoitamaan ja ylläpitämään vuorineuvos Gösta Serlachiuksen keräämää taidekokoelmaa. Säätiön tehtäväksi määriteltiin museon rakentaminen ja ylläpitäminen sekä Mäntän kaunistaminen taiteella. (Serlachius-museot 2019b.) Serlachius-residenssin residenssikoordinaattorina kiinnitin erityisesti huomiota jälkimmäiseen tehtävään, Mäntän kaunistamiseen taiteella. Serlachius-residenssi toiminnallaan vastaa tehtävänantoon väistämättäkin, kun vuosittain noin 20 taiteilijaa tulee Mänttään työskentelemään ja järjestää näyttelyitä ja tapahtumia mäntäläisten ja taideturistien nautittavaksi.

Säätiön perustamista varten Gösta Serlachius lahjoitti perustettavalle säätiölle lähes 250 teoksen taidekokoelmansa, 2785 G.A. Serlachius Osakeyhtiön osaketta sekä Kuronlahden tilan Impilahdelta. Säätiötä johtava isännistö koostui G.A. Serlachius Osakeyhtiön nimeämistä jäsenistä sekä Suomen taideakatemian, Åbo Akademin, Suomen taiteilijaseuran ja Suomen kuvanveistäjäliiton edustajista. (Serlachius-museot 2019b.)

Suomen säätiölain mukaan:

Säätiöllä on oltava hyödyllinen tarkoitus. Säätiö tukee tai harjoittaa tarkoitusta edistävää toimintaa. Säätiön tarkoituksena ei voi olla liiketoiminnan harjoittaminen eikä taloudellisen edun tuottaminen säätiön lähipiiriin kuuluvalla. Säätiön toiminta rahoitetaan pääomalla, toiminnan tuloilla ja muulla rahoituksella. Säätiön varainhoito on oltava suunnitelmallista. Varainhoitoon kuuluu säätiön toimintaan käytettävien varojen hoitamisen lisäksi säätiön sijoitustoiminta ja liiketoiminta.
(Finlex 2019.)

Gösta Serlachius halusi taidekokoelmansa säilyvän Mäntässä, joka hänen omien sanojensa mukaan oli nähnyt kokoelman synnyn. Kokoelman pääpaino oli ja on edelleen Suomen kultakauden taiteessa. Se sisältää myös vanhaa eurooppalaista taidetta, vanhempaa suomalaista taidetta sekä Suomen taiteen murroskauden ja modernismin teoksia. Serlachius ei tuntenut ennakkoluuloja myöskään uutta aikalaistaidetta kohtaan. Tässä hengessä Serlachius-museoiden kokoelmaa on kartutettu 2010-luvulta lähtien myös nykytaiteella. (Serlachius-museot 2019b.)

Serlachius-museot Gustaf ja Gösta

Serlachius-museoiden mukaan Mänttään alettiin suunnittelemaan omaa museota jo 1920-luvulla Gösta Serlachiuksen taidekokoelman kasvaessa. Vuonna 1933 perustetun taidesäätiön yksi keskeisimmistä tehtävistä oli museon rakentaminen, ja sen suunnittelu jatkui koko 1930-luvun. Gösta Serlachius oli antanut museon suunnittelutyön arkkitehti Jarl Eklundille, mutta suunnitteli suunnittelutyön siirtämistä myös Alvar Aallolle. Yhteistyö Eklundin kanssa kuitenkin jatkui. Samaan aikaan Serlachius kiersi maailmalla tutustumassa uusimpaan museotekniikkaan. Pitkä suunnittelutyö katkesi Gösta Serlachiuksen kuolemaan 1942. Säätiö päätti jatkosodan yhä jatkuessa luopua museohankkeesta. (Serlachius-museot 2019c.)

Vuonna 1945 vuorineuvoksen puoliso Ruth Serlachius teki yhdessä Gösta Serlachiuksen perillisten kanssa päätöksen, joka ratkaisi lopulta ongelman. Osa Göstan ja Ruthin

kotitalosta, Joenniemen kartanosta, avattiin elokuussa 1945 museokäyttöön. Se oli tuolloin Suomen kahdeksas taidemuseo. Serlachius-museoiden mukaan museota pidettiin auki vuosikymmeniä aina 1980-luvulle asti säännöllisesti mutta melko vähän. Kartano restauroitiin perusteellisesti vuosina 1983 –1984 ja otettiin tuolloin kokonaisuudessaan taidemuseokäyttöön. (Serlachius-museot 2019c.)

Taidesäätiö osti vuonna 2000 G. A. Serlachius Oy:n entisen pääkonttorirakennuksen, josta päätettiin tehdä kulttuurihistoriallinen museo esittelemään metsäteollisuuden, yhtiön ja Mäntän historiaa. Uusi museo avattiin yleisölle vuonna 2003, mikä merkitsi museotoiminnan kasvua. (Serlachius-museot 2019c.)

Göstan paviljongiksi kutsuttu taidemuseo Göstan laajennusosa valmistui kesäkuussa 2014. Se moninkertaisti Göstan näyttelytilat ja toteutti vuorineuvos Gösta Serlachiuksen alkuperäisen haaveen omasta taidemuseosta Mäntässä. (Serlachius-museot 2019d.) Nyt lähes 100 vuotta Gösta Serlachiuksen ensimmäisten museohaaveiden jälkeen Mäntässä toimii Serlachius-museot, kolmesta museorakennuksesta koostuva museokokonaisuus. Vanha pääkonttori on nimetty Gustafiksi Mäntän perustajaksi tituleeratun Gustaf Adolf Serlachiuksen mukaan ja Joenniemen kartano yhdessä Paviljongin kanssa tunnetaan yhteisen Gösta-nimen alla. Serlachius-museoissa on vuosittain esillä 5 –10 taidenäyttelyä ja se on yksi merkittävimmistä nykytaiteen esittäjistä tämän hetken Suomessa. Serlachius-museot palkittiin vuoden museona vuonna 2015 ja Göstan paviljonki on voittanut useita palkintoja arkkitehtuuristaan. (Serlachius-museot 2019e.)

3 Teoreettinen viitekehys: Brändinhallinta

Tässä luvussa avaan brändinhallinnan teoriaa, joka antaa teoreettisen pohjan opinnäytetyölleni. Esittelen teoriaa suhteessa kehittämiskohteeseen. Valitsin teoreettiseksi viitekehukseksi brändinhallinnan, sillä Serlachius-residenssin ongelmana ovat nähdäkseni sen erottautuminen muista residensseistä sekä suomalaisten taiteilijoiden vähäiset hakijamäärät. Brändinhallinnan teorian kautta käsittelen residenssin asemointia, erottautumista sekä brändi-identiteettiä, joiden avulla pyrin löytämään Serlachius-residenssin vahvuuksia erottautua Suomen taiteilijaresidenssien kentällä.

3.1 Mikä on brändi?

Sanalle ”brändi” on olemassa monenlaisia määritelmiä ja tulkintoja. Brändin käsite syntyi *Brändi kulmahuoneeseen!* -kirjan mukaan Yhdysvalloissa jo toista sataa vuotta sitten. ”Tuolloin brändillä tarkoitettiin polttomerkkiä, jolla karjaa tai jopa orjia ja rikollisia merkittiin. Brändi oli tunnistamista helpottava omistamisen symboli. Jo silloin brändi tarkoitti tunnuksen avulla muista erottautumista.” (Kahri ym. 2010, 15) Brändi ei kuitenkaan ole sama kuin tavaramerkki, joka on esimerkiksi rekisteröitävissä. Brändi on mielikuva, aiheetonta omaisuutta, joka sijaitsee aina vastaanottajan päässä. (Kahri ym, 2010.)

Kirsti Lindberg-Repo määrittelee brändin kirjassaan *Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus* Aakeria & Joachimstahleria mukaillen seuraavasti:

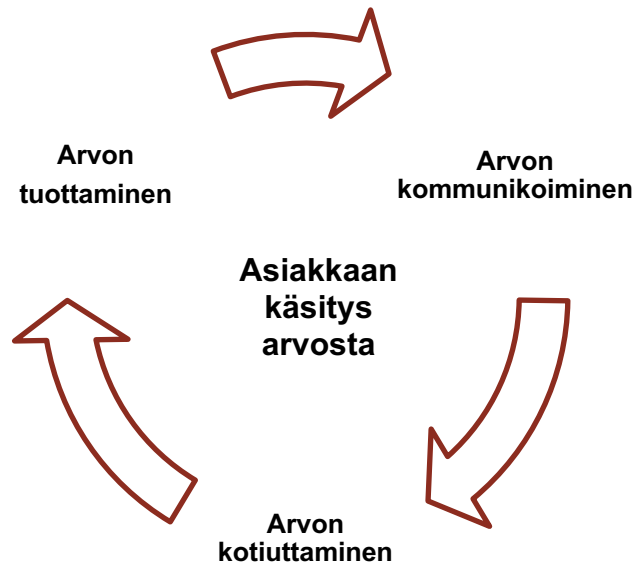
Brändi on nimi, käsite, symboli, muoto tai niiden yhdistelmä, jolla yrityksen tuotteet/palvelut erilaistetaan kilpailijoiden samankaltaisista tuotteista/palveluista. Brändi on kaiken tiedon, kokemusten ja mielikuvien summa, joita kuluttajalla on tuotteesta/palvelusta. Brändin muodostavat sellaiset tekijät, joita kuluttaja pitää olennaisina tuotetta/palvelua valitessaan. Se tarjoaa tavalliseen tuotteeseen tai hyödykkeeseen verrattuna arvoa tai lisäarvoa, josta asiakkaat ovat valmiita maksamaan hintapreemion. Brändi voidaan myös määrittää tapana tyydyttää asiakkaan tarve.

(Kahri ym. 2010, 15)

Petri Uusitalon *Brändi & Business* -kirjan mukaan brändi on asiakkaan käsitys arvosta, jota yritys hänelle tuo. Asiakkaiden ostopäätös perustuu Uusitalon mukaan toimialasta riippumatta aina enemmän tai vähemmän heidän ennako-odotukseensa siitä, millaista vastinetta he rahalleen, tai Serlachius-residenssin tilanteessa ajalleen, saavat valitessaan tietyn yrityksen tuotteen tai palvelun. Siksi Uusitalon mukaan kannattaa panostaa työtä ja rahaa yrityksensä ja sen tuotteista asiakkaiden keskuudessa vallitsevan käsityksen vahvistamiseen. (Uusitalo 2014.) Uusitalon (2014, 43) mukaan yrityksen tärkein tehtävä ei ole tuottaa voittoa omistajilleen, vaan arvoa asiakkailleen. Tämä on muistettava myös residenssiä pyörittäessä. Residenssin ensisijainen tarkoitus on olla taiteilijalle mahdollisimman hyvä paikka työskennellä ja elää.

3.2 Käsitys arvosta

Käytän opinnäytetyössäni Petri Uusitalon kolmijakoa asiakkaan käsityksestä arvosta.



Kuvio 1. Asiakkaan käsitys arvosta, Uusitalo (2014, 16)

Uusitalon mukaan asiakkaan käsitys hänelle luodusta arvosta syntyy kolmen osatekijän summana: arvon tuottaminen, sen kommunikoiminen sekä kotiuttaminen. Perustan vahvalle brändille rakentaa konkreettinen arvon tuottaminen, eli se, millaista rationaalista ja emotionaalista hyötyä tuotteet ja palvelut tarjoavat asiakkaalle suhteessa kilpailijoihinsa. Uusitalon mukaan hyväkään tuotettu arvo ei kuitenkaan tule itsestään huomatuksi, vaan asiakkaiden huomio on onnistuttava kiinnittämään siihen erilaisilla arvon kommunikoimisen keinoilla. Arvon tuottamisella ja arvon kommunikoimisella luodaan edellytykset brändin taloudellisen menestyksen kannalta ratkaisevan tärkeälle arvon kotiuttamiselle. Arvon kotiuttamisella tarkoitetaan ansainta- ja hinnoittelumallia, joka optimoi brändillä saatavan ansainnan suhteessa siihen, millainen hinta on asiakkaiden mielestä hyväksyttävä verraten heidän käyttö- ja asiointikokemukseensa. (Uusitalo 2014, 16 –17.)

3.3 Tärkeimmät käsitteet

Tässä luvussa avaan tärkeimpiä brändinhallintaan liittyviä käsitteitä.

Asemointi

Positioning eli suomeksi asemointi on teoreettisen viitekehykseni tärkein käsite. Etsin vastausta opinnäytetyöni tutkimuskysymykseen asemoinnin avulla.

Petri Uusitalon *Brändi & Business* -kirjan mukaan *positioning* on Jack Troutin ja Al Riesin kehittämä konsepti. Kirjan mukaan termi *positioning* esiintyi ensimmäistä kertaa Jack Troutin julkaisemassa artikkelissa *Industrial marketing* -lehdessä heinäkuussa 1969. Artikkelin perusajatus oli Uusitalon mukaan se, että ”tyypillinen kuluttaja musertuisi häneen kohdistuvan markkinoinnin paljouden alla, ellei torjuisi kaikkea sellaista informaatiota, joka ei välittömästi löydä luonnollista ja vapaata lokeroa hänen mielessään. Siksi brändien on etsittävä itselleen ilmeinen ja yksiselitteinen asemointi, positioning.” (Uusitalo 2014.)

Aino Hela kirjoittaa blogissaan brändin asemoinnista näin: ”Kun brändi identifioidaan painottamalla sen muista brändeistä erottavia ominaisuuksia, on kyse asemoinnista. Mitä selkeämmin tuote eroaa kilpailijoista, sitä helpompi se on muistaa.” Asemointi edellyttää siis niiden erottavien piirteiden löytämistä, jotka ovat ainutlaatuisia ja merkityksellisiä asiakkaiden mielestä kilpailijoihin verrattuna. Helan mukaan brändin asemointi on avainasemassa sen johtamisessa. (Hela 2019.)

Helan mukaan asemointi asettaa brändille selkeät viestinnälliset tavoitteet.

”Brändin asemointi on se osa brändin identiteettiä ja arvoväittämää, mikä päätehtään viestiä valituille kohderyhmille. Asemointi sisältää myös viittauksen brändin tuoteryhmään ja vertailun kilpaileviin tuotteisiin. Se määrittää brändin etulyöntiaseman kilpailijoihin verrattuna. Valitun asemoinnin tulisi vedota kuluttajiin ja erilaistaa brändi muista, jotta kuluttaja brändin nimen kuullessaan yhdistää sen tiettyyn ominaisuuteen.”
(Hela 2019.)

Helan mukaan asemointi auttaa brändin kilpailuedun kiteyttämisessä, mikä koostuu brändin muihin yhdistävistä, sen muista erottavista ja kilpailijoihin verrattuna ylivertaisista tekijöistä, joiden avulla brändille luodaan oikea imago. Asemoinnissa on otettava huomi-

oon paitsi yrityksen omat vahvuudet ja heikkoudet, myös kilpailijan vahvuudet ja heikkoudet. Helan mukaan selkeä asemointi syntyy assosioimalla brändi tiettyyn hyötyyn tai ominaisuuteen, jolla arvioidaan olevan suurin vaikutus kuluttajaan. (Hela 2019)

Uusitalon (2014) mukaan brändiä miettiessä on hyvä muistaa, että liiallinen vaihtoehtojen tarjoaminen ja pyrkimys kosiskella siten liian laajaa asiakaskuntaa ei lisää asiakkaan kokemusta hänelle tuotetusta arvosta, vaan heikentää sitä. Uusitalon mukaan brändin täytyy päättää asiakkaidensa puolesta mikä sen tarjoamassa on erilaista ja tärkeää ja mikä ei. Uusitalon mukaan yrityksen on kehitettävä itselleen kilpailijoista poikkeavaa kilpailuetua, eli tuotettava arvoa, jollaista asiakkaat eivät muualta saa. ”Se ei onnistu muita matkimalla, vaan oman toimialan vakiintuneet pelisäännöt ja toimintatavat kyseenalaistamalla.” (Uusitalo 2014. 59-60)

Uusitalon kirjassa *Brändi & Business* esitetään brändin rakentamisen tärkein kysymys: ”Missä voitte olla parhaita?” (Uusitalo 2014)

Tavoitemielikuva

Aino Hela kirjoittaa blogissaan brändi-identiteetistä näin: ”Siinä missä brändin imago kuvaa yrityksen nykytilaa asiakkaan silmin eli sitä, mitä mieltä kuluttaja on brändistä, brändi-identiteetti puolestaan on se visio, tavoitemielikuva, jonka yritys haluaa luoda brändistä kuluttajalle.” (Hela 2019b.)

Brändi kulmahuoneeseen! -kirjan mukaan tavoitemielikuva on yrityksen tahtotila siitä, millainen yritys haluaisi sen mielikuvan olevan nykyisen ja potentiaalisen asiakaskunnan keskuudessa. (Kahri ym. 2010. 35) Kirjan mukaan tavoitemielikuva on rakennettava yrityksen arvojen, strategian ja tavoitteiden varaan, eikä niiden välillä voi olla ristiriitaa. Tavoitemielikuvaan tulee kirjata brändin rakentamisen pohjaksi ne asiat, joista yritys haluaa olla valitun kohderyhmänsä keskuudessa tunnettu ja joissa se erottautuu kilpailijoistaan. Tavoitemielikuvan osa-alueet ovat suoraan linkissä liiketoimintastrategiaan, mutta eivät kata koko organisaation toimintaa. ”Tavoitemielikuvaan on valittava kohderyhmän kannalta relevantteja asioita, ja niistä johdetun tavoitemielikuvan on vastattava todellisuutta.” (Kahri ym. 2010. 36)

Brändi-identiteetti sisältää Aino Helan mukaan ydinidentiteetin ja lavennetun identiteetin. Helan mukaan ydinidentiteetti edustaa brändin keskeisintä, yksilöllistä ja ajatonta perusolemusta. Kirkas ydinidentiteetti kiteyttää syyn, miksi brändi on olemassa ja mikä on sen rooli markkinoilla, sekä sen, mitä toiveita ja tarpeita se palvelee ja miten se on kilpailijoita parempi. Ydinajatuksen mukaan määrittyvät brändin kyky vedota asiakkaisiin eli menestymisen perusta, brändin arvo asiakkaalle eli kannattavan toiminnan edellytykset, brändin kestävyys ajassa eli sen elinkaari, brändin suhde asiakkaaseen eli asiakkaan sitoutumisen mahdollisuudet sekä brändin kyky erottautua kilpailutilanteessa. Helan mukaan ydinajatuksen on oltava kestävä, koska ilman vahvaa ydintä brändi ei selviä muutoksista. Brändin ydin on se kiintopiste, joka antaa brändille mahdollisuuden uudistua ja silti säilyttää integriteettinsä. (Hela 2019b.)

Helan mukaan brändipääoma rakentuu lopulta niistä käsityksistä ja mielipiteistä, mitä kuluttaja on yrityksestä muodostanut kaiken oppimansa ja kuulemansa perusteella. (Hela 2019b.)

Brändit syntyvät kuluttajan mielessä ja yritys voi ainoastaan myötävaikuttaa niiden syntymiseen pyrkimällä yhdistämään tuotteisiinsa tai palveluihinsa haluamiaan, kuluttajille tuotekategoriassa tärkeitä ja brändin kilpailijoista erottuvia mielleyhtymiä. (Hela 2019b.)

3.4 Arvon portaat -malli

Käytän Serlachius-residenssin brändin osa-alueiden jäsentämisessä Petri Uusitalon Arvon portaat -työskentelymallia, jonka Uusitalo esittelee kirjassaan Brändi ja Business. Uusitalon mukaan arvon portaat on yksinkertainen matriisi brändin vahvistamisen eri osa-alueiden jäsentämiseksi. Matriisin idea on, että kukin kolmesta arvon luomisen portaasta, eli arvon tuottaminen, kommunikoiminen ja kotiuttaminen, käydään läpi kolmessa vaiheessa: nykytilan ymmärtäminen, tarvittavat toimenpiteet sekä niiden toteuttaminen. (Uusitalo 2014) Taulukon avulla pyrin avaamaan mahdollisimman selkeästi brändikuvan eri osa-alueita Serlachius-residenssin näkökulmasta.

	ARVON TUOTTAMINEN	ARVON KOMMUNIKOIMINEN	ARVON KOTIUTTAMINEN
1. Ymmärrys brändin tilanteesta	Asiakkaalle tuotettu arvo nyt. Vertailu kilpailijoihin. Kehitystarpeiden tunnistaminen.	Brändin idean ja viestien selkeys. Kommunikaation keinot nyt. Positio asiakkaiden ajatuksissa verrattuna kilpailijoihin. Kehitystarpeiden tunnistaminen.	Hinnoittelu ja ansaintamalli nyt. Heikkoudet ja vahvuudet verrattuna kilpailijoihin. Kehitystarpeiden tunnistaminen.
2. Toimenpidesuunnitelma	Keinot tuotetun arvon kasvattamiseen. Tuote- & palvelukehitys, kohdemarkkinat, differoiminen.	Asiakkaiden tunnistaman arvon kasvattaminen. Argumentointi, design, tuotteistus, kanavat, markkinointiviestintä.	Vaihtoehtoskenaariot hinnoittelu- ja ansaintamallista. Vertaileva business case laskenta. Strategiset päätökset.
3. Toteutus	Kehityshankkeet, priorisointi, resursointi, vastuut, aikataulut, johtaminen.	Panosten allokointi, omien resurssien ja kumppaneiden johtaminen, kokonaisuuksien koordinointi.	Hinnoittelumuutosten läpivienti organisaatiossa, myyntikanavissa ja asiakkuuksissa.

Taulukko 1. Arvon portaat. Petri Uusitaloa mukaillen (2014, 148).

4 Tutkimuskysymykset

Tässä luvussa esitän ja perustelen opinnäytetyöni tutkimuskysymykset, joiden kautta lähdin selvittämään tutkimustehtävää.

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli selvittää, miten Serlachius-residenssi erottautuu muista Suomen taiteilijaresidensseistä. Löytääkseni ongelmaan vastauksen minun on selvitettävä, mikä on residenssin toiminnan tavoite, mikä on sen tarkoitus ja mitkä ovat sen

vahvuuksia. Tahdoin lisäksi selvittää, mitä residenssi voisi tehdä paremmin tulevaisuudessa, eli miten residenssi voisi varustautua tulevaisuuden kuvataiteilijoiden tarpeisiin ja näin erottautua positiivisesti muista Suomen taiteilijaresidensseistä. Tutkimuksen tavoitteena on lisäksi antaa Serlachius-residenssille välineitä vahvistaa itse toiminnassaan residenssin brändiä.

Pääkysymys on: Miten Serlachius-residenssi erottautuu muista maan residenssitoimijoista?

Alakysymykset ovat:

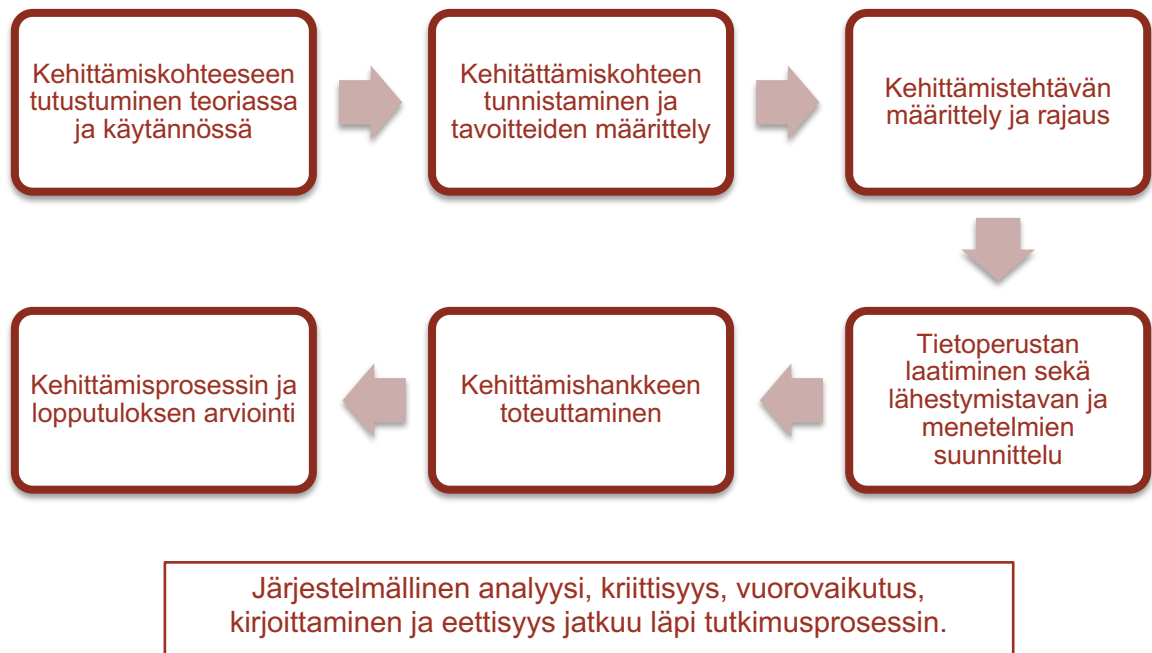
- 1) Mikä on Serlachius-residenssin toiminnan tavoite?
- 2) Mitkä ovat Serlachius-residenssin vahvuuksia?
- 3) Mitä residenssi voisi tehdä paremmin tulevaisuudessa?

5 Tapaustutkimus ja käytetyt menetelmät

Tässä luvussa kuvaan opinnäytetyöni luonnetta, selvennän, mikä on tapaustutkimus ja kerron käytetyistä menetelmistä sekä avaen opinnäytetyön tutkimusprosessia.

5.1 Tutkimuksellinen kehittämistyö

Tämä opinnäytetyö on tutkimuksellinen kehittämistyö. Tutkimuksellinen kehittämistyö saa *Kehittämistyön menetelmät* -kirjan mukaan usein alkunsa organisaation halusta saada aikaan muutoksia. Tutkimuksellisen kehittämistyön tarkoituksena on tyypillisesti luonnostella, kehittää ja ottaa käyttöön ratkaisuja. Työssä ei vain kuvailla ja selitetä asioita, vaan etsitään niille parempia vaihtoehtoja käytännössä. Tutkimukselliseen kehittämistyöhön kuuluu siis yleensä käytännön ongelmien ratkaisua sekä uusien ideoiden, käytäntöjen, tuotteiden tai palveluiden tuottamista ja toteuttamista. *Kehittämistyön menetelmät* -kirjan mukaan tieteellisen tutkimuksen ja tutkimuksellisen kehittämistyön ero on pääasiassa toiminnan päämäärissä: halutaanko tuottaa ilmiöistä uutta teoriaa vai saada aikaan myös käytännön parannuksia tai uusia ratkaisuja. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti. 2014. 19)



Kuvio 2. Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi (Ojasalo ym. 2014 materiaalia mukailen. 54)

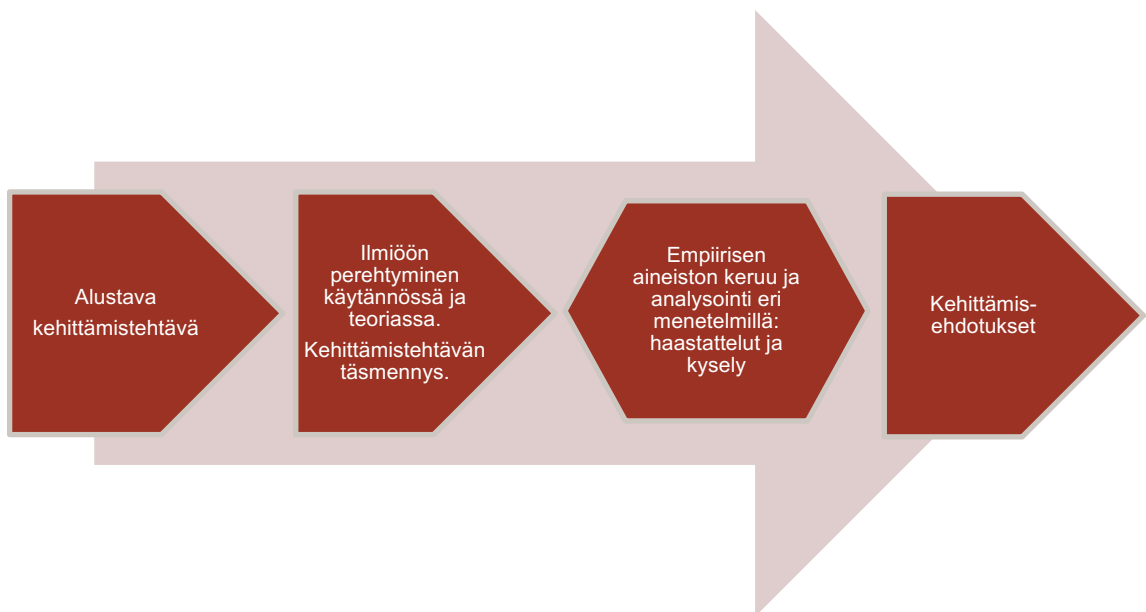
5.2 Tapaustutkimus

Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimus. Tapaustutkimus sopii kehittämistyön lähestymistavaksi, kun tavoitteena on tuottaa kehittämissuhteita. Tutkimuksen kohde eli tapaus voi olla yritys tai sen osa, tuote, palvelu, toiminta tai prosessi. ”Tapaustutkimus tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvista ilmiöistä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä.” (Ojasalo ym. 2014. 52)

Tapaustutkimuksen tavoite on tuottaa tutkimuksen kohteesta yksityiskohtaista tietoa. Tutkimuksen avulla saadaan syvällisempää ymmärrystä tutkimuksen kohteesta sen omassa toimintaympäristössä. *Kehittämistyön menetelmät* -kirjan mukaan tapaustutkimuksessa on tärkeämpää saada selville suppeasta kohteesta paljon kuin laajasta joukosta vähän. Kirjan mukaan tapaustutkimuksessa kysymys ei ole siitä, kuinka yleistä jokin on, vaan siitä, kuinka jokin on mahdollista tai kuinka jokin tapahtuu. Tapaustutkimus vastaa kirjan mukaan usein kysymyksiin ”miten?” ja ”miksi?”. Tapaustutkimuksessa tapaus ei ole otos jostakin isommasta joukosta eikä tutkimuksella pyritä tilastolliseen yleistämiseen: tapaus tutkitaan huomioimalla paikalliset, ajalliset ja sosiaaliset tilanteet ja

yhteydet. Kehittämistyön tarkoituksena on tuottaa uutta tietoa kehittämisen tueksi. (Ojasalo ym. 2014. 53)

Tapaustutkimus oli tutkimukselliselle kehittämistyölleni ilmiselvä valinta. Halusin syvästi ymmärtää kehittämisen kohdetta ja tuottaa uusia kehittämisehdotuksia. *Kehittämistyön menetelmät* -kirjan mukaan tapaustutkimus auttaa esimerkiksi ymmärtämään työntekijöiden välisiä suhteita ja toimintaa yrityksessä. Se sopii kirjan mukaan myös heikosti ymmärrettyjen tilanteiden ja käyttäytymisen ja epätyypillisten prosessien ja epävirallisten käyttäytymisen tutkimiseen. (Ojasalo ym. 2014. 53)



Kuvio 3. Tapaustutkimuksen vaiheet Ojasalo ym. 2014 mukaillen.

5.3 Haastattelut

Tiedonkeruutapaa, jossa henkilöiltä kysytään heidän omia mielipiteitään tutkimuksen kohteesta ja vastaus saadaan puhutussa muodossa, nimitetään haastatteluksi. (Hirsjärvi, Hurme. 2004. 41) Sirkka Hirsjärvi ja Helena Hurme sanovat kirjassaan *Tutkimus-haastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö* seuraavasti: ”Haastattelua tekevän tutkijan tehtävänä on välittää kuvaa haastateltavan ajatuksista, käsityksistä, kokemuksista ja tunteista.”

Tapaustutkimuksessa, jossa tutkimuksen kohteena ovat ihmisten ajatukset ja käsitykset, on oleellista kysyä asioita suoraan.

Käytin tutkimuksessani puolistrukturoitua eli teemahaastattelua. Teemahaastattelu on lähempänä strukturoimatonta kuin strukturoitua haastattelua. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu menetelmä siksi, että yksi haastattelun aspekti, haastattelun aihepiirit, teema-alueet, on kaikille sama. Muissa puolistrukturoiduissa haastatteluissa esimerkiksi kysymykset tai jopa kysymysten muoto ovat kaikille samat. Teemahaastattelusta puuttuu strukturoidulle lomakehaastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys, mutta se ei ole täysin vapaa niin kuin syvähaastattelu. (Hirsjärvi, Hurme. 2004.)

Hirsjärven ja Hurmen mukaan ryhmähaastattelua voidaan pitää keskusteluna, jonka tavoite on verraten vapaamuotoinen. Kirjan mukaan osanottajat kommentoivat asioita melko spontaanisti, tekevät huomioita ja tuottavat monipuolista tietoa tutkittavasta ilmiöstä. (Hirsjärvi, Hurme 2004. 61)

Toteutin ryhmähaastattelun Serlachius-residenssin residenssiitiimille, eli residenssin toiminnasta vastaavalle viiden hengen ryhmälle, sähköpostin välityksellä. Ryhmähaastattelun tavoitteena oli löytää vastaus alakysymykseen ”*Mikä on residenssin toiminnan tavoite?*” Haastattelun alustavat kysymykset ovat liitteessä 2.

5.4 Kyselytutkimus

Kimmo Vehkalahden *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät* -kirjan mukaan ”kyselytutkimus on tärkeä tapa kerätä ja tarkastella tietoa muun muassa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista.” Vehkalahden mukaan tämän tyyppiset kiinnostuksen kohteet ovat sekä moniulotteisia että monimutkaisia. Kyselytutkimuksessa tutkija esittää vastaajalle kysymyksiä kyselylomakkeen välityksellä. Erona haastattelututkimukseen on se, että kyselylomakkeen on toimittava omillaan ilman haastattelijan apua. (Vehkalahti 2008.)

Valitsin kyselytutkimuksen opinnäytetyöni tutkimusmenetelmäksi, sillä halusin saada suurelta joukolta tietoa heidän asenteistaan ja ajatuksistaan taiteilijaresidensseistä. Lähetin kyselyn taiteilijaresidenssien erottautumisesta 38:lle suomalaiselle residenssitoimijalle. Vastauksia sain kahdeksalta toimijalta. Lisäksi tein avoimen kyselyn residenssissä

työskennelleille kuvataiteilijoille, jota jaoin vapaasti kuvataiteilijoiden Facebook-ryhmässä ja jonka pyysin lähettämään Serlachius-residenssissä työskennelleille taiteilijoille. Vastauksia sain kuudelta kuvataiteilijalta ja kahdeksalta residenssitoimijalta.

Kyselytutkimuksen tavoitteena oli löytää vastaus alakysymyksiin: *Mitkä ovat Serlachius-residenssin vahvuuksia? sekä Mitä residenssi voisi tehdä paremmin tulevaisuudessa?*

6 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa käyn läpi tutkimuksen tulokset eli kyselyn ja haastatteluiden tulokset. Selitän tutkimuksessa selvinneen residenssin nykytilan ja avaan residenssin toiminnan tavoitteita sekä residenssin tämän hetken vahvuuksia. Lopuksi luon Serlachius-residenssin arvon portaat.

6.1 Serlachius-residenssin nykytila

Kyselyiden, haastatteluiden ja oman kokemuksen perusteella voidaan sanoa, että Serlachius-residenssi on toimiva, hyvä taitelijaresidenssi. Sen toiminta alkaa vakiintua ja sen toimintaa tunnetaan ympäri Suomen. Sillä on hyvät resurssit ja sen käytännöt on viilattu viiden toimintavuoden aikana toimiviksi. Tällä hetkellä residenssissä työskentelee vuosittain noin 20 taiteilijaa, mikä tarkoittaa keskimäärin kolmea residenssivierasta samanaikaisesti. Verrattain suuresta taiteilijamäärästä johtuen jokaisen residenssivieraan tukeminen henkilökohtaisella tasolla jää etäälle toivotusta.

Oman kokemuksen perusteella toiminnan suunnitelmallisuus ja museoiden työntekijöiden sitouttaminen residenssiin on jäänyt alhaisemmaksi kuin toimiva ja kaikkia hyödyttävä residenssitoiminta vaatisi. Työssäni residenssikoordinaattorina huomasin, että työ residenssikoordinaattorina voi olla ajoittain yksinäistä. Tällä hetkellä residenssikoordinaattori huolehtii residenssin käytännönjärjestelyistä ja toiminnan pyörittämisestä käytännön tasolla yksin. Residenssikoordinaattorin näkemyksen mukaan olisi hyvä, jos tiimin jäsenet ehtisivät osallistua enemmän residenssin lounaisiin, retkiin, avoimien ovien tapahtumiin, perjantaikahveihin sekä muuhun toimintaan. Aktiivinen osallistuminen on ollut käytännössä haastavaa, sillä residenssin työhön osallistuvilla on kädet täynnä muita töitä.

Residenssitiimiläisten mukaan pidemmät tai usealle residenssijaksolle sijoittuvat residenssijaksot ovat toimineet parhaiten ja ovat tuottaneet sekä taiteilijoille että residenssille parasta mahdollista hyötyä. Lyhyet residenssijaksot voivat kuitenkin olla joissain tapauksissa juuri sitä, mitä residenssivieras sillä hetkellä tarvitsee, joten lyhyidenkään residenssijaksojen arvoa ei voida sivuuttaa. Residenssikoordinaattorin mukaan taiteilijalle on tärkeää, että residenssijaksoilla on mahdollisuus keskittyä vain työntekoon. Serlachius-residenssissä ei ole minkäänlaisia velvoitteita esimerkiksi näyttelyistä tai valmistuneista töistä, mikä auttaa luovuuden ja inspiraation herättelyssä. Mänttään tullessa esimerkiksi uupumuksen partaalla keikkuva residenssivieras voi huokaista ja pysähtyä ennen kuin aloittaa varsinaisen luovan prosessin. Tätä voidaan residenssikoordinaattorin (Pihkanen 2019) mukaan ajatella Göstan mesenaattitoiminnan jatkumona.

”Tarjotaan mahdollisuus rauhaan, pysähtymiseen, inspiraatioon ja luomiseen. Hienoin teos ei välttämättä synny enää täällä meillä ollessa, mutta me olemme sen mahdollistaneet.” (Pihkanen 2019)

6.2 Serlachius-residenssin toiminnan tavoite

Serlachius-residenssin toiminnan tavoite on residenssitiimiläisten mukaan yksinkertaisesti suoda taiteilijoille, kuraattoreille sekä taiteentutkijoille mahdollisuus tehdä kiinnostavia projekteja Mäntässä. Residenssin tarkoitus on tarjota rauhallinen paikka työskentelylle ja olla näin mukana edesauttamassa kiinnostavien teoksien, näyttelyiden, kirjojen ja muiden projektien syntymistä. Serlachius-residenssillä ei kuitenkaan ole taiteilijoita kohtaan tulostavastuuta, joten tavoite on ollut luoda paikka, jossa keskittyä itse taiteen tekemiseen ja luovaan prosessiin. Residenssin tarjoama mahdollisuus keskittyä omaan tekemiseen on arvo sinänsä, jolla voi olla kauaskantoiset vaikutukset ihmiselle taiteilijana.

Residenssi haluaa residenssitiimiläisten haastattelun mukaan luoda toiminnallaan Mänttään ”taidetohinaa”, eli kuvataiteeseen liittyviä tapahtumia, näyttelyitä sekä tuoda pidemmäksikin ajaksi taiteilijoita Mänttään asumaan. Erityisesti residenssitiimiläisiä on ilahduttanut, kun taiteilijat ovat tehneet yhteisöllisiä projekteja yhdessä paikallisten kanssa. Residenssivieraat ovat myös käyttäneet hyödykseen museoiden kokoelmia ja arkistoja. Residenssin toivotaan synnyttävän uusia hedelmällisiä suhteita kuraattoreiden, taiteilijoiden ja muiden ammattilaisten kesken. (Kuurne 2019.)

Residenssin toiminta on myös osa Serlachius-museoiden strategian mukaista kansainvälistymiskehitystä. Serlachius-residenssin myötä sana pienestä Mänttä-nimisestä pikkukaupungista on levinnyt ulkomaille ja vuosittain hakemusten määrä ulkomailta lisääntyy. Kysyttäessä mistä on kuullut residenssistä, moni vastaa, että kollegaltaan.

Residenssi on myös Mäntän kuvataideviikoille tunnettuutta ja kansainvälisyyttä lisäävä elementti. Lisäksi se toimii kuvataideviikkojen toiminnanjohtajan mukaan luontevana kosketuspintana museon kanssa nykytaiteen kentällä. (Nyrhinen 2019.) Kuvataideviikot haluavat tavata nykytaiteilijoita, nuoria ja jo kokeneita tekijöitä, osallistua keskusteluihin ja toimia myös vapaamuotoisten iltojen järjestäjänä paikkakunnalla työskenteleville residenssitaiteilijoille. Kuvataideviikkojen toiminnanjohtajan mukaan kun vieraita kohdellaan vieraanvaraisesti, he tuntevat olonsa tervetulleiksi ja kertovat hyvää sanomaa eteenpäin. (Nyrhinen 2019.)

6.3 Serlachius-residenssin vahvuudet

Serlachius-residenssiä pidetään Suomessa kyselytutkimuksen vastausten perusteella yleisesti hyvänä residenssinä, jolla on hyvät resurssit. Kysyessäni kuvataiteilijoilta *Mikä on nähdäksesi Serlachius-residenssin vahvuus?* vastauksissa esiin nousivat yhteistyö Gösta-museon kanssa, hyvä huolenpito taiteilijoista, ammattimaisuus ja museokaupungin ilmapiiri sekä sen rauhallinen sijainti. Residenssissä on vastausten perusteella potentiaalia, mutta sitä ei nähdä vielä kovin merkittävänä Suomen taiteilijaresidenssien kentällä.

”Residenssin eri tuki- ja sidosryhmien osoittama mielenkiinto taiteilijan työskentelyä kohtaan [on residenssin vahvuus]. Taidekentällä nimi tuo tietysti oman hohtonsa; Serlachius-museot tekevät poikkeuksellisen hyvätasoista näyttelyohjelmaa, Mänttä taidekaupunkina on lyönyt läpi ja residenssi on hyvä meriitti.”

Serlachius-residenssissä työskennellyt kuvataiteilija

Kiitosta saaneet käytännönjärjestelyt

Yhtenä residenssin merkittävistä vahvuuksista voidaan pitää Serlachius-residenssin kokopäiväistä residenssikoordinaattoria, jollaista monella muulla residenssitoimijalla ei ole varaa pitää. Usein suomalaisissa residensseissä residenssiä pyörittää joku toisen työnsä ohella. Serlachius-residenssin hyviksi resursseiksi voidaan laskea kokopäiväisen residenssikoordinaattorin lisäksi työskentelytilat, laaja kattaus työvälineitä ja se, että niitä

voidaan hankkia perustellusti residenssivieraiden pyynnöstä. Residenssillä ja residenssivierailla on lisäksi mahdollisuus käyttää Serlachius-museoiden pakettiautoja tavaroiden ja tarvikkeiden kuljettamiseen. Residenssi myös huolehtii yleisten tilojen siivoamisesta sekä käytössä on pyykkipalvelu: residenssin omat pyykit, kuten lakanat, pyyhkeet ja yhteisten tilojen tekstiilit pesetetään viikoittain pesulassa. Näin residenssivieraat huolehtivat vain omista pyykeistään. Tällä on pyritty nähdäkseni välttämään yhteisasumisessa syntyviä konflikteja.

Residenssin vahvuudeksi voidaan lukea Serlachius-residenssin tiimin mukaan sen perhemyönteisyys. Serlachius-residenssiin voi tulla puolison ja lapsen tai lasten kanssa. Residenssitilat ovat toimivat, sillä jokaisella residenssivieraalla on oma studio työskentelyyn, oma huone asumiseen sekä näyttelytila, jossa on mahdollista järjestää näyttelyitä. Taiteilijat saavat tukea näyttelyiden järjestämisessä residenssikoordinaattorilta sekä muilta Serlachius-museoiden työntekijöiltä.

Miten kuvataiteilijat näkevät Serlachius-residenssin Suomen taiteilijaresidenssien kentällä

Kysyin kuvataiteilijoilta, *Millaisena näet Serlachius-residenssin Suomen taiteilijaresidenssien kentällä?* sekä *Miten Serlachius-residenssi eroaa muista Suomen taiteilijaresidensseistä?* Vastauksissa Serlachius-residenssi erottuu edukseen, muttei erityisesti muista residenssitoimijoista. Kiitosta saivat tiedotus, käytännöt, työskentelytilat sekä Mänttä itsessään. Museotoiminnan läheisyys nähtiin myös positiivisena, joskaan se ei ole ainutlaatuisista Suomen residenssien kentällä.

”Hyvin potentiaalisena, mutta pienenä enkä kovin merkittävänä.”

Kuvataiteilija, ei asunut Serlachius-residenssissä

”Vilkas taide-elämä ja museo lähellä on etu.”

Kuvataiteilija, asunut Serlachius-residenssissä

”Erittäin tärkeä ja mielenkiintoinen.”

Kuvataiteilija, asunut Serlachius-residenssissä

Raha

Kyselyyn vastanneista residenssitoimijoista seitsemän kahdeksasta kertoi perivänsä jonkinlaista vuokraa taiteilijalta residenssissä asumisesta. Voidaan katsoa, että suomalaiset residenssitoimijat jakautuvat kolmeen ryhmään sen mukaan, periikö residenssi vuokraa vai ei vai tarjoaako se apurahaa residenssipaikan lisäksi. Tässä Serlachius-residenssi jää ryhmään, joka ei peri vuokraa muttei tarjoa apurahaa residenssipaikan lisäksi. Näin toimii myös esimerkiksi Pro Artibus ja HIAP -residenssit. Taiteilijan näkökulmasta residenssi ei ole koskaan ilmainen, sillä kulut kotona juoksevat normaalisti. Taloudelliset syyt ovatkin usein esteenä residenssiin lähtemiselle.

Myös taiteilijoille suunnatun kyselyn vastauksissa nousi esiin toive työskentelyapurahan sisällyttämisestä residenssiin:

”Hyvä toimija, mutta työskentelyrahan sisältyminen residenssiin olisi ehdotonta (vrt. Saaren residenssi)”

Kuvataiteilija, asunut Serlachius-residenssissä

Kuvataiteilijan näkökulmasta taloudellisesti neutraali vaihtoehto olisi vuokraton residenssi, jonka lisäksi tarjottaisiin apuraha kulujen kattamiseksi. Serlachius-residenssi ei peri vuokraa asumisesta, studiosta tai gallerian käytöstä eikä residenssi puutu teosten mahdolliseen myyntiin.

Sijainti

Monet kyselyyn vastanneista residenssitoimijoista kertoivat residenssinsä sijaitsevan rauhallisella paikalla kaukana isojen kaupunkien hälinästä. Pienessä kaupungissa monet asiat hoituvat helposti ja nopeasti verrattuna esimerkiksi Helsinkiin tai muihin suuriin kaupunkeihin. Suomessa monet residenssit kuitenkin sijaitsevat pienissä kaupungeissa. Näin voidaan todeta, ettei Serlachius-residenssi eroa sijaintinsa puolesta merkittävästi muista residensseistä. Serlachius-residenssin vahvuudeksi voidaan kuitenkin laskea sijainti museorakennusten välittömässä läheisyydessä. Residenssivierailta on mahdollisuus vierailta kaupungin taidekohteissa veloituksetta. Tämä mahdollistaa näyttelyiden nauttimisen pienissä osissa, vaikka näyttely kerrallaan, sanoo Serlachius-residenssin koordinaattori (Pihkanen 2019.). Lisäksi Serlachius-residenssissä työskentelevien on mahdollista tutustua Serlachius-museoiden kattaviin arkistoihin ja kokoelmiin.

6.4 Serlachius-residenssin arvon portaat

Loin kehittämistyön tutkimusten sekä oman kokemukseni pohjalta Serlachius-residenssille oman Arvon portaat -rungon. Käytin Arvon portaita välineenä konkretisoida ja selkeyttää sitä, millaisia muutoksia residenssin toiminnassa tulisi tehdä, jotta toiminnasta voisi saada kaiken mahdollisen irti.

	ARVON TUOTTAMINEN	ARVON KOMMUNIKOIMINEN	ARVON KOTIUTTAMINEN
1. Residenssin tilanne nyt	Tasokas, tuore taiteilijaresidenssi. Hyvät käytännöt, kaunis miljöö lähellä Serlachius-museoita. Ei tarpeeksi henkilöstöresursseja.	Tällä hetkellä Serlachius-museoiden viestinnän alla, hieman rennompia tapoja viestiä.	Vuokraton taiteilijaresidenssi, residenssin budjetti suhteellisen pieni museon budjetissa.
2. Toimenpidesuunnitelma	Vähemmän taiteilijoita, enemmän tukea sekä taloudellisesti että henkilöstöresurssein.	Viestintäsuunnitelman laatiminen, mahdollisesti konsultointia viestintätoimistolta, brändin vahvistaminen	Residenssin budjettiin lisätään palkio taiteilijoille
3. Toteutus	Residenssin viisivuotissuunnitelma, suunnitelmallisuus, kuratointi, resursointi, vastuut, aikataulut, johtaminen.	Viestintäsuunnitelman pohjalta enemmän viestintää, joka palvelee sekä kotimaista että kansainvälistä yleisöä, blogi, sosiaalinen media, sitouttaminen.	Apurahan ottaminen käyttöön. Apuraha kattaisi taiteilijan kotona juoksevat kulut sekä materiaali- ja matkakulut.

Kuvio 4. Residenssin Arvon portaat (Petri Uusitalon mallia mukaillen 148).

Serlachius-residenssin arvon tuottaminen

Arvon tuottaminen vastaa Uusitalon mukaan kysymykseen siitä, millaista rationaalista ja emotionaalista hyötyä tuotteet tai palvelut asiakkaalle tarjoavat suhteessa kilpailijoihinsa. Serlachius-residenssi on tasokas residenssi, jolla on toimivat käytännöt, hyvä miljöö ja paljon mahdollisuuksia. Vuosittain residenssivieraita on kuitenkin henkilöstöresursseihin nähden liikaa. Ongelma voidaan ratkaista sillä, että jatkossa toimintaa rauhoitetaan ja siitä tehdään suunnitelmallisempaa. Tämä tarkoittaa tulevaisuudessa vähemmän taiteilijoita, mutta enemmän tukea valikoiduille projekteille niin taloudellisesti kuin henkilöresurssein.

Tavoitteeseen päästään suunnittelemalla toimintaa vuosiksi eteenpäin esimerkiksi viisivuotissuunnitelmalla ja resursoimalla henkilöstöä residenssin tarpeisiin. Residenssitoiminta tulee ottaa paremmin huomioon Serlachius-museoiden viisivuotissuunnitelmassa. Residenssitoiminnalle tulee varata työtunteja niille henkilöille, jotka asian parissa työskentelee. Tulee pohtia, miten residenssitoiminnasta ja siihen laitetuilla resursseilla saa mahdollisimman paljon irti niin taiteilijoiden tukemisessa kuin näkyvyyden saavuttamisessa. Kehitystyöhön tulee varata aikaa ja sitä tulee pohtia osana museoiden toimintaa, ei erillisenä osana.

Serlachius-residenssin arvon kommunikoiminen

Uusitalon mukaan hyväkään tuotettu arvo ei tule itsestään huomatuksi, vaan asiakkaan huomio on onnistuttava kiinnittämään siihen erilaisilla arvon kommunikoimisen keinoilla. Tällä hetkellä residenssillä on tasaista ja selkeää viestintää, joka on Serlachius-museoiden alla, mutta omissa kanavissaan. Sen tyyli viestiä on rennompaa. Viestintä ei kuitenkaan kohtaa museoiden ja kuvataideviikkojen kansainvälistymistavoitteiden kanssa. Tämänhetkinen residenssikoordinaattori mainitseekin haastattelussa, että olisi hyvä saada sidottua residenssin galleria enemmän kiinni museon toimintaan ja esimerkiksi museon ja kuvataideviikkojen markkinointiesitteisiin. Serlachius-residenssin tulee pohtia omaa brändiään. Sen tulee pohtia sen toimintaa suunnitellessa sen brändimielikuvaa ja asemoimista. Miten Serlachius-brändiä voi käyttää residenssin viestin viemisessä kuvataidealan toimijoille? Miten residenssi eroaa muista toimijoista? Miten voimme tehdä asioita paremmin?

Residenssin viestintäasioissa voisi konsultoida viestintätoimistoa ja luoda residenssille oman viestintäsuunnitelman. Kansainvälistymisnäkökulmasta residenssin viestinnän tulisi olla englanninkielistä. Residenssin blogi tulisi elvyttää ja pyytää residenssivierailta osallistumista sisällöntuotantoon esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Toteutus vaatii omien resurssien ja kumppaneiden johtamista ja kokonaisuuden koordinoimista.

Serlachius-residenssin arvon kotiuttaminen

Arvon tuottamisella ja arvon kommunikoimisella luodaan edellytykset brändin taloudellisen menestyksen kannalta ratkaisevan tärkeälle arvon kotiuttamiselle. Arvon kotiuttamisella tarkoitetaan Uusitalon mukaan ansainta- ja hinnoittelumallia, joka optimoi brändillä saatavan ansainnan suhteessa siihen, millainen hinta on asiakkaiden mielestä hyväksyttävä verraten heidän käyttö- ja asiointikokemukseensa. (Uusitalo 2014.)

Vaikka residenssitoiminta ei tavoittele taloudellista voittoa, voidaan ajatella, että residenssin voitto on olla välikätenä ja apurina taiteen tuottamiselle. Residenssi luo taiteilijalle mahdollisuuden luovaan prosessiin, eli sen menestys on taiteen tuottamisen mahdollistaminen. Tämän lisäksi residenssi toimii niin Serlachius-museoiden, Mäntän kuvataideviikkojen kuin Mäntän kaupunginkin sanansaattajana maailmalle. Residenssiä ja sen toimintaa käytetään Mäntän tunnettuuden lisäämiseen.

Nähdäkseni residenssin tuoma näkyvyys ja mahdollisuudet ovat arvokkaita asioita Serlachius-museoiden toiminnassa, joka tulisi näkyä myös sen budjetissa. Residenssin luomat mahdollisuudet tulisi ottaa paremmin huomioon. Residenssin budjetin lisääminen tuottaa suhteessa enemmän kuin se taloudellisesti museoiden toiminnalle merkitsee.

7 Kehittämisehdotukset

Tässä luvussa esitän kehittämisehdotuksia residenssin toiminnan tulevaisuutta ajatellen. Ideat ovat tulleet kehittämistyön edetessä keskusteluiden ja haastatteluiden pohjalta Serlachius-residenssin omista kehittämisideoista sekä omasta kokemuksestani koordinaattorina Serlachius-residenssissä. Osa kehittämisehdotuksista on työn julkaisemisen

aikaan jo edennyt residenssin käytäntöihin. Kehittämissuhteet vahvistavat Serlachius-residenssin erottautumista Suomen taiteilijaresidenssien kentällä. Olen jakanut kehittämissuhteet alaotsikoiden alle aihealueittain.

Vähemmän taiteilijoita, enemmän tukea

Kartoitus Serlachius-residenssin nykytilasta kertoo selkeää, yhdenmukaista sanomaa siitä, että Serlachius-residenssi on nykyisellään toimiva residenssi, joka on tarjonnut viiden toimintavuotensa aikana hienoja residenssikokemuksia niin taiteilijoille kuin taiteen kokijoillekin Mäntässä. Se on tavoitteidensa mukaisesti lisännyt taidetohinaa Mäntässä: Aleksanterin linnassa on nähty hienoja näyttelyitä ja tapahtumia ja residenssijaksojen myötä on syntynyt uusia projekteja ja näyttelyitä museotasolle asti. Serlachius-residenssissä syntyneitä teoksia on nähty niin Serlachius-museoissa kuin Mäntän kuvataideviikoillakin. Tämä on Suomen taiteilijaresidenssien kentällä merkittävää ja se voidaan nähdä Serlachius-residenssin brändin vahvuutena sen asemoinnissa.

Kehittämistyön monessa vaiheessa nousi kuitenkin esille tarve uudistaa koko Serlachius-residenssin toimintaperiaatteita, jotta kaikki osapuolet saisivat toiminnasta enemmän irti. Viisi ensimmäistä toimintavuotta Serlachius-residenssissä on työskennelty noin 20 taiteilijaa tai taiteilijaryhmää vuosittain, mutta nyt pinnalle on noussut ajatus vähentää taiteilijamääriä ja keskittyä vain muutamaankin taiteilijaan ja projektiin kerrallaan, sillä näin taiteilijalle voidaan tarjota enemmän tukea. Tämä tarkoittaa tukea työhön residenssitililtä sekä taloudellista tukea projektien toteuttamiseen.

Vähemmän on enemmän -periaate tarkoittaisi suunnitelmallisempaa residenssitoimintaa. Tämä edellyttäisi tiiviimpää yhteistyötä niin residenssin ja museon kuin taidekaupunginkin välillä. Lisäksi residenssin tulisi miettiä uusiksi sen henkilöstöresurssit.

Kuratoitumpi ja suunnitellumpi toiminta apurahalla lisäisi myös Serlachius-residenssin houkuttelevuutta hakijoiden keskuudessa. Serlachius-residenssin hakijamäärät suomalaisilta hakijoilta ovat olleet verrattain pienet. Mitä vaikeampi Serlachius-residenssiin olisi päästä, sitä merkittävämpi maininta Serlachius-residenssi esimerkiksi taiteilijoiden ansioluetteloissa olisi. Hakuprosessiin tulee siis panostaa aikaisempaa enemmän.

Teemavuodet

Gösta Serlachiuksen toiveena oli Mäntän kaunistaminen julkisella taiteella. Serlachius-residenssi voisi tarjota taloudellisen tuen ja majoitustilan esimerkiksi kutsutulle taiteilijalle, joka järjestää yhteisötaideteoksen ja suunnittelee ja toteuttaa Mänttään esimerkiksi muraalin, eli suurikokoisen seinämaalauksen. Residenssi voisi organisoida yhdessä residenssitaiteilijan kanssa yhteisöllisiä taideprojekteja mänttäläisten kanssa, mänttäläisille. Toimintaan otettaisiin mukaan kaupunki ja paikalliset. Tällainen pysyvän jäljen jättäminen Mänttään voidaan katsoa Serlachius-residenssin vahvuudeksi erottautua muista taiteilijaresidensseistä.

Yksi mahdollisuus on kokeilla ennalta määriteltyjä teemavuosia, joiden projekteihin on avoin haku, mutta joihin valitaan tekijä pidemmän hakuprosessin kautta ja johon taiteilija saa apurahan ja tuottajan tai residenssikoordinaattorin tuen. Tällöin residenssin tilat varataan 3-6 kuukaudeksi vain projektiin valitun taiteilijan ja hänen perheensä käyttöön. (Kuurne 2019.)

Esimerkki residenssin vuodesta

Residenssin tilat ja henkilöstöresurssit voitaisiin jakaa vuodelle järkevämmiin, resursseja kohdentaen. Alkuvuosi tammikuusta huhtikuuhun varattaisiin niin kutsutusti perinteiseen residenssitoimintaan, johon voisi hakea kuka tahansa. Tämä säilyttäisi residenssin perimmäisen tarkoituksen olla ajan ja tilan mahdollistaja taiteelliselle työskentelylle. Touku-kuussa residenssin tilat on varattu museoiden ja kuvataideviikkojen taiteilijoille ja loppuvuosi kesäkuusta joulukuuhun varattaisiin kuratoidulle projektille. (Kuurne 2019.)

Käytännöt uusiksi

Residenssitoiminnan uudistaminen vaatisi myös residenssityöryhmän uudelleenrakentamista sekä tiiviimpää yhteistyötä residenssiitiimiläisten kesken. Mallia voidaan hakea esimerkiksi Saaren kartanosta, jossa työskentelee useampia ihmisiä residenssitoiminnassa. Mikäli toiminta uudistetaan teemavuosien mukaisesti, voidaan myös miettiä, tarvitseeko residenssi erillistä tuottajaa. Residenssikoordinaattorin toimenkuvaa pitää luultavasti tarkentaa.

Avoimena residenssikuukausina, kun residenssissä asuu useampia residenssitaiteilijoita, residenssissä voitaisiin järjestää yhteinen aamiainen tai brunssi esimerkiksi viikoittain. Tämä voisi lisätä residenssivieraiden yhteisöllisyyttä.

Jokaisen residenssivieraan kanssa voitaisiin istua residenssijakson aluksi alas ja keskustella siitä, mitä ajatuksia taiteilijalla on residenssijaksostaan. Tällä hetkellä käytäntö on residenssilounas yhdessä kaikkien residenssivieraiden kesken, mutta käytännön voisi muuttaa henkilökohtaisemmaksi uudelle tulokkaalle. Keskustelussa tulisi tulla esille, mitä tukea residenssivieras luulee tarvitsevansa, tahtooko hän olla yksin ja pyörittellä ajatuksia, tahtooko pitää näyttelyn ja millä aikataululla ja minkä verran apua hän tarvitsee näyttelyn tuottamisessa. Tilanteessa voisivat olla mukana taiteilija, yksi residenssiitiimiläisistä sekä residenssikoordinaattori. Tämä tilaisuus voisi olla esimerkiksi lounas yksin taiteilijan kanssa mahdollisimman pian saapumispäivästä. Tämä tekisi taiteilijan olon tervetulleeksi, poistaisi paineet ja epätietoisuuden sekä vieraan että residenssin näkökulmasta. Residenssi olisi heti kartalla siitä, ovatko vieraan suunnitelmat muuttuneet.

Samassa yhteydessä voitaisiin miettiä jokaiselle residenssivieraalle niin kutsuttua tuutoria joko museon tai kuvataideviikkojen henkilökunnasta tai residenssiitiimistä. Tällainen tuutori voitaisiin hankkia myös paikallisista mänttäläisistä. Tuutori voisi auttaa Mänttään tutustumisessa, jolloin residenssikoordinaattorilta vapautuisi työtunteja varsinaisiin tuotantollisiin töihin. Tämä voisi synnyttää suuriakin kohtaamisia paikallisten kesken.

Tilat

Serlachius-residenssin tilat ovat saaneet residenssivierailta kiitosta, mutta Einolan eli residenssivieraiden majoitusrakennuksen vintti on tällä hetkellä tyhjää, turhaa tilaa. Opinäytetyötä tehdessä Serlachius-residenssi on tehnyt päätöksen Einolan remontista: Vintti tullaan eristämään talviasuttavaan kuntoon ja sinne rakennetaan kaksi makuuhuonetta ja vessa. Lisäksi Einolan suurimmasta huoneesta tehdään yhteinen olohuone kaikille. (Kuurne 2019.) Remontin yhteydessä olohuoneen ja keittiön välisen seinän voisi purkaa ja tehdä tilalle tupakeittiön.

Tulevaisuudessa AV-laitteiston tarve kasvaa. Yhdestä Aleksanterin linnan huoneesta voisi rakentaa esimerkiksi studion tai muun mediatilan. Laadukas ja kattava mediatila voisi olla merkittävä tekijä residenssin brändin asemoinnin kannalta.

Residenssin varastotilaongelma on ratkaistava jollain keinolla. Mikäli vähemmän on enemmän -periaate toteutuu ja residenssissä työskentelee jatkossa vähemmän taiteilijoita, Aleksanterin linnaan voisi tehdä kaivattua varastotilaa yhdestä studiosta. Varaston voisi lohkaista myös osasta galleriatilaa, tehdä suhteellisen vähäkäyttöisestä terassista varaston tai vaihtoehtoisesti rakentaa erillinen varastorakennus Aleksanterin linnan pihamaalle.

Residenssitoiminnan ekologisuus

Myös residenssitoiminnassa on mietittävä sen kestävyyttä ilmaston kannalta. Pidentetyt ja tarkasti valitut residenssijaksot olisivat myös ekologinen ratkaisu. Residenssin tulisi rajoittaa selkeästi, etteivät kauempaa, kuten toisilta mantereilta tulevat saisi lentää Suomeen esimerkiksi alle kolmen kuukauden ajaksi. Lisäksi Serlachius-residenssi hoitaisi matkustamisen kompensatiomaksut ja taiteilijoille tarjottaisiin ensisijaisesti mahdollisuus matkustaa Mänttään junalla. Lentäminen residenssiin voitaisiin kieltää, jos tietty kilometrimäärä ei ylity.

Serlachius-residenssissä kierrätetään jo, mutta voitaisiin pohtia entistä tarkemmin esimerkiksi kompostointimahdollisuuksia ja ruokahävikin sekä muovin käytön minimoimista. Einolaan voitaisiin tehdä kartoitus sen ekologisesta kestävyydestä ja esimerkiksi panostaa talon eristykseen ja järkevään lämmitykseen sekä vedenkäyttöön yleisesti. Sekä Einolaan että Aleksanterin linnaan voitaisiin miettiä aurinkopaneeleita tuottamaan sähköä. Residenssitoiminnan ekologisuudenkin voisi ottaa osaksi sen brändin asemointia.

Alumnitoiminta

Taiteilijoiden kanssa keskustellessa on noussut esille toive residenssin alumnitoiminnasta. Tätä voisi toteuttaa helposti ainakin esimerkiksi Facebook-ryhmänä ”Serlachius-residenssin alumnit”, joka voisi toimia yhteisöllisyyttä lisäävänä elementtinä. Ryhmässä voitaisiin vinkata erilaisista näyttelyistä niin residenssissä kuin residenssialumnien näyttelyistä ympäri maailmaa. Siellä vanhat residenssivieraat voisivat jakaa vinkkejä uusille.

Lisäksi residenssi voisi järjestää Serlachius-residenssin alumneille tapaamisia. Aika ajoin pinnalle on noussut myös ajatus residenssitaiteilijoiden kuratoidusta yhteisnäyttelystä. Kuratoitu residenssinäyttely Serlachius-museossa voisi lisätä myös residenssin vetovoimaa, sillä teos Serlachius-museossa on monelle taiteilijalle meriitti.

Viestintä

Viestintää voi ja pitää aina kehittää. Panostukset ja aktiivisuus sosiaaliseen mediaan lisäisivät Gösta Serlachiuksen taidesäätiönkin toiveiden mukaista näkyvyyttä myös kansainvälisesti. Tätä voitaisiin toteuttaa olemalla aktiivinen Instagramissa sekä Instagramin Stories-tarinaominaisuudella esimerkiksi taiteilijoiden my day -päivillä.

Residenssitaiteilijat ovat aiemmin kirjoittaneet blogeja työjaksoltaan Serlachius-residenssissä. Kaikenlainen aktiivisuus sosiaalisessa mediassa lisää residenssin toiminnan läpinäkyvyyttä ja tätä kautta varmasti myös residenssin houkuttelevuutta. Mikäli residenssi on tulevaisuudessa enenevässä määrin kutsuresidenssi, residenssivieraalta voisi myös odottaa enemmän työtä osana residenssijaksoa, kuten blogin kirjoittamista tai aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa.

8 Pohdinta

Kehittämistyön tuloksena syntyi selvitys Serlachius-residenssin nykytilasta. Työn perusteella selvisi, että residenssitoimintaa tulee muuttaa nykyisestä, vaikka sen toiminta onkin ollut taiteilijoiden kannalta merkittävää ja se on tuottanut viiden toimintavuotensa aikana hienoja residenssikokemuksia asukkailleen sekä lisännyt Mäntän taidetarjontaa ja -tapahtumia. Toiminnan muutostarpeet voidaan perustella resurssien kohdentamisella paremmin, jotta residenssitoiminnasta saadaan mahdollisimman paljon irti niin taiteilijoiden kuin residenssiä pyörittävien organisaatioidenkin näkökulmasta. Serlachius-museot käyttävät Suomen mittakaavalla merkittävästi resursseja Serlachius-residenssin ylläpitoon, mutta resurssit tulee kohdistaa paremmin ja järkevämmiin.

Residenssin toimintaa tullaan muuttamaan *vähemmän on enemmän* -periaatteen mukaisesti. Residenssivieraiden määrää vähennetään, jotta jokaiseen residenssiviera-

seen voidaan keskittyä paremmin. Toiminnan suunnitelmallisuutta lisätään, jotta residenssivieraille voidaan tarjota parasta mahdollista tukea niin henkilöresurssein kuin taloudellisesti.

Kyselytutkimuksessa selvisi, että Serlachius-residenssiä pidetään potentiaalisena ja hyvänä residenssinä, mutta vuokraton residenssi ei ole riittävä: apuraha kulujen kattamiseksi olisi toivottavaa. Serlachius-residenssi on tällä hetkellä vuokraton residenssi, mikä tarjoaa hienot puitteet residenssityöskentelyyn. Vuokraton residenssi ei ole taiteilijalle kuitenkaan koskaan ilmainen, sillä kulut kotona rullaavat residenssijakson aikana. Tämän takia taiteilijalle oikeasti mahdollinen residenssi sisältäisi aina apurahan kulujen kattamiseksi.

Koska olen työskennellyt itse Serlachius-residenssissä vuosien 2017 ja 2018 aikana, työn tulokset eivät varsinaisesti yllättäneet, sillä monet tutkimuksessa selvinneet asiat ovat olleet ajatuksissa jo useamman vuoden. Residenssi toimii hyvin, mutta tuntui, ettei residenssivieraille ole voitu tarjota sellaista tukea kuin residenssivieraat olisivat ehkä kaivanneet. Myös työ residenssin residenssikoordinaattorina voi olla ajoittain todella yksinäistä, joten olisi tärkeää, että toiminnassa olisi aktiivisesti mukana muitakin residenssitiimin jäseniä.

Tämä opinnäytetyö keskittyi vain Suomen taiteilijaresidensseihin ja niihinkin varsin pintapuolisesti. Työtä syventääkseni olisi mielenkiintoista tehdä vertailua residensseihin myös kansainvälisesti. Jos tekisin opinnäytetyön uudelleen, käyttäisin enemmän aikaa suomalaisiin taiteilijaresidensseihin tutustumiseen. Nyt vertailu muihin residensseihin jäi kyselytutkimuksen varaan, jonka vastausmäärät jäivät vähäisiksi.

Työ tuotti toivoakseni Serlachius-residenssille hyvän katsauksen residenssin nykytilaan vuonna 2019. Toivon, että työni herättää residenssin miettimään enemmän residenssin brändiä, sen asemointia ja residenssin merkitystä osana Serlachius-museoiden ja Mäntän kuvataideviikkojen toimintaa. Työn tuloksia voisi syventää tekemällä varsinaisen bränditutkimuksen Serlachius-brändistä ja käyttämällä sitä hyödyksi residenssin toiminnan kehittämisessä. Toivon, että työni toimii pohjana tälle työlle.

Lähteet

Artinres.fi. 2019. *Suomalaisten residenssien ja vierasateljeiden taiteilijamäärät 2014-2017*. <https://www.artinres.fi/wp-content/uploads/2019/01/taiteilijamaarat_2014-2017_selvitys_18.12.pdf> (Luettu 17.1.2019)

Finlex. 2019. Säätiölaki. <<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150487>> (Luettu: 17.1.2019)

Hannunen A. 2019. Residenssiintimiläisten haastattelu 14.10.2019.

Hela, A. 2019. *Brändin asemointi on avainasemassa sen johtamisessa*. <<https://aino-hela.me/2017/04/19/brandin-aseointi-on-avainasemassa/>> (Luettu 21.1.2019)

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2017. *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus

Hirsjärvi S., Remes S. & Sajavaara P. 2007. *Tutki ja kirjoita* 13. Painos 2007. Helsinki: Tammi

Kahri A., Kahri T. & Mäkinen M. 2010. *Brändi kulmahuoneeseen!* Porvoo. Sanoma Pro Oy

Nyrhinen T. 2019. Residenssiintimiläisten haastattelu 14.10.2019.

Ojasalo, K.; Moilanen, T., & Ritalahti, J. 2014. 3. uudistettu painos. *Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Pihkanen K. 2019. Residenssiintimiläisten haastattelu 14.10.2019.

Kuurne L. 2019. Residenssin kehittämispäivän muistio. 3.4.2019.

Serlachius-museot 2018a. *Majoitus ja työskentely*. <<http://serlachius.fi/fi/tervetuloa/residenssi/majoitus-ja-tyoskentely/>> (Luettu: 17.12.2018.)

Serlachius-museot 2018b. *Residenssin esittely*. <<http://serlachius.fi/fi/residenssi/residenssin-esittely/>> (Luettu 17. 12. 2018.)

Serlachius-museot 2018c. *Residenssipaikan hakeminen*. <<http://serlachius.fi/fi/residenssi/residenssipaikanhakeminen/>> (Luettu: 17.12.2018.)

Serlachius-museot 2019a. *Gösta Serlachius*. <<http://www.serlachius.fi/fi/historia/gosta-serlachiuksen-tarina/>> (Luettu: 17.1.2019)

Serlachius-museot 2019b. *Taidesäätiön historia*. <<http://www.serlachius.fi/fi/historia/taidesaation-historia/>> (Luettu: 17.1.2019)

Serlachius-museot 2019c. *Museoiden historia*. <<http://www.serlachius.fi/fi/historia/museoiden-historia/>> (Luettu 17.1.2019)

Serlachius-museot 2019d. *Göstan paviljonki*. <<http://www.serlachius.fi/fi/museomme/gostan-paviljonki/>> (Luettu 17.1.2019)

Serlachius-museot 2019e. *Palkinnot*. <<http://www.serlachius.fi/fi/museomme/palkinnot/>> (Luettu 21.1.2019)

Sivonen, P. 2018. *Sydämellisesti Sinun 1/2018*. <https://issuu.com/serlachius/docs/ss_1_2018> (Luettu: 17.12.2018.)

Sivonen, P. 2019. Residenssiitiimiläisten haastattelu 14.10.2019.

Suomi, R. 2005. *Kansainvälinen taiteilijaresidenssitoiminta Suomessa 1995-2005*. Taiteen keskustoimikunta.

Suomi-Chande, R. 2012. *Residenssi – Hyvien käytäntöjen käsikirja*. Suomen taiteilijaseuran Ateljeesäätiö.

Uusitalo, P. 2014. *Brändi & business*. Mainostajien liitto.

Vehkalahti, K. 2008. *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Tammi. Helsinki

Vilka, H. 2015. *Tutki ja kehitä*. PS-kustannus. Jyväskylä

Liite 1: Kyselytutkimus kuvataiteilijoille

Kysely kuvataiteilijoille koskien suomalaisten taiteilijaresidenssien erottautumista

Tämä kysely on osa Metropolia ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon tutkimusohjelman opinnäytetyötä ja Serlachius-residenssin kehittämistyötä, jonka tarkoituksena on selvittää miten Serlachius-residenssi erottautuu muista Suomen taiteilijaresidensseistä. Tutkimustyön tilaajana toimii Serlachius-residenssi ja tutkimuksen kohderyhmänä ovat taiteilijaresidensseissä työskennelleet kuvataiteilijat tai muut kuvataiteen alan ammattilaiset. Kysely on auki 27.2.-10.3.2019.

Tässä kyselytutkimuksessa on kaksi osiota. Ensimmäinen osio käsittelee taiteilijaresidenssejä yleisesti ja toinen osio käsittelee Serlachius-residenssiä. Kyselytutkimus sisältää pääasiassa avoimia kysymyksiä. Vastausaika riippuu siitä, kuinka perusteellisesti haluat paneutua avoimiin kysymyksiin.

Osallistuminen kyselyyn on vapaaehtoista ja anonyymiä, mutta erittäin suotavaa. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja vain tutkimuksen tekijä näkee vastaukset sellaisinaan. Tutkimusaineisto kerätään opinnäytetyötä varten ja sitä tullaan käyttämään Serlachius-residenssin kehittämistyössä. Opinnäytetyö valmistuu kevätlukukauden 2019 aikana ja on sen jälkeen luettavissa Theseus-julkaisuarkistossa.

Tutkimustyötä koskevat kysymykset voi osoittaa sähköpostitse osoitteeseen: sonja.linkoneva@metropolia.fi

Sonja Linkoneva
Opinnäytetyön tekijä

www.serlachius.fi/fi/residenssi/

Osa 1: Työskentely taiteilijaresidenssissä

1. Oletko työskennellyt taiteilijaresidenssissä? Missä ja kuinka kauan?
2. Mikä on taiteilijaresidenssin merkitys taiteelliselle työskentelyllesi? Miksi käyt taiteilijaresidensseissä?
3. Mikä merkitys on Suomen sisäisellä residenssitoiminnalla, eli miksi lähteä vaikka Helsingistä Mänttään työskentelemään?
4. Oletko saanut rahoituksen tai apurahan residenssiin, vai miten käytännön asiat järjestäytyvät residenssijakson aikana?
5. Miten olet hoitanut residenssijaksoa koskevan logistiikan, esimerkiksi muuton residenssiin sekä teosten kuljetuksen residenssijakson päätteeksi?
6. Millainen on ollut paras taiteilijaresidenssikokemuksesi? Miksi?
7. Mitä valineita ja tiloja tulevaisuuden kuvataiteilija tarvitsee?

Osa 2: Serlachius-residenssi

Mikäli et ole työskennellyt Serlachius-residenssissä, voit jättää työskentelyä koskeviin kysymyksiin vastaamatta.

1. Oletko työskennellyt Serlachius-residenssissä?
 2. Mikäli et ole työskennellyt Serlachius-residenssissä, onko Serlachius-residenssi muuten tuttu?
 3. Mistä olet kuullut Serlachius-residenssistä? Mistä olet saanut tietoa Serlachius-residenssistä?
 4. Millaisena näet Serlachius-residenssin Suomen taiteilijaresidenssien kentällä?
 5. Miten Serlachius-residenssi eroaa muista Suomen taiteilijaresidensseistä?
 6. Mikä on nähdäksesi Serlachius-residenssin vahvuus?
 7. Mitä Serlachius-residenssin tulisi ottaa paremmin huomioon toiminnassaan?
- + Millainen olisi unelmiesi taiteilijaresidenssi?

Liite 2: Kyselytutkimus residenssitoimijoille

Kysely residenssitoimijoille koskien suomalaisten taiteilijaresidenssien erottautumista

Tämä kysely on osa Metropolia ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon tutkimusohjelman opinnäytetyötä ja Serlachius-residenssin kehittämistyötä, jonka tarkoituksena on selvittää miten Serlachius-residenssi erottautuu muista Suomen kuvataiteen alan taiteilijaresidensseistä. Tutkimustyön tilaajana toimii Serlachius-residenssi ja kyselytutkimuksen kohderyhmänä ovat suomalaiset residenssitoimijat. Kysely on auki 27.2.-10.3.2019.

Tapaustutkimuksen tapauksena on Serlachius-residenssi, mutta tutkimuksen tavoitteena on hyödyttää myös muita residenssitoimijoita. Toivon, että opinnäytetyöni auttaa suomalaisia residenssitoimijoita pohtimaan oman residenssinsä brändiä ja asemaansa Suomen taiteilijaresidenssien kentällä. Tahdon, että voimme toimia yhdessä toinen toisistamme hyvällä tavalla poiketen.

Tässä kyselytutkimuksessa on kaksi osiota. Ensimmäinen osio keskittyy omaan residenssitoimintaan ja toisessa verrataan Serlachius-residenssiä teidän residenssitoimintaan. Kyselytutkimus sisältää pääasiassa avoimia kysymyksiä. Vastausaika riippuu siitä kuinka perusteellisesti haluat paneutua avoimiin kysymyksiin.

Osallistuminen kyselyyn on vapaaehtoista, mutta erittäin suotavaa. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja vain tutkimuksen tekijä näkee vastaukset sellaisinaan. Tutkimusaineisto kerätään opinnäytetyötä varten ja sitä tullaan käyttämään Serlachius-residenssin kehittämistyössä. Opinnäytetyö valmistuu kevätlukukauden 2019 aikana ja on sen jälkeen luettavissa Theseus-julkaisuarkistossa.

Tutkimustyötä koskevat kysymykset voi osoittaa sähköpostitse osoitteeseen:
sonja.linkoneva@metropolia.fi

Sonja Linkoneva
Opinnäytetyön tekijä

www.serlachius.fi/fi/residenssi/

Osa 1: Oma residenssitoimintanne

Tässä osiossa on kysymyksiä omasta residenssitoiminnastanne ja residenssitoiminnasta yleisesti.

1. Miksi ja milloin taiteilijaresidenssinne perustettiin?
2. Mikä on mielestänne taiteilijaresidenssin merkitys taiteelliselle työskentelylle?
3. Mikä on taiteilijaresidenssinne merkitys alueelle jossa residenssinne sijaitsee?
4. Mitkä ovat residenssinne arvot?
5. Perittekö residenssivierailtanne vuokraa?
6. Maksatteko residenssiin valituille taiteilijoille apurahaa tai muuta tukea?
7. Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, kuinka paljon ja millä perusteella?
8. Miten teidän residenssinne eroaa muista Suomen taiteilijaresidensseistä?
9. Onko tiloihinne tehty esteettömyyskartoitus?
10. Onko lapsiperheet tervetulleita residenssiinne?
11. Olisitteko kiinnostuneita residenssien välisestä yhteistyöstä, esimerkiksi taiteilijavaihdosta, kehittämis yhteistyöstä tai taiteilijoiden välisestä yhteistyöstä? Millaista yhteistyö voisi olla?

Osa 2: Serlachius-residenssi

Tässä osiossa verrataan Serlachius-residenssiä muihin suomalaisiin residenssitoimijoihin.

1. Onko Serlachius-residenssi tuttu?
2. Millaisena näet Serlachius-residenssin verrattuna teihin?
3. Mikä on mielikuvanne Serlachius-residenssistä?
4. Mitä voisimme oppia teiltä?
5. Mitä voisitte oppia meiltä?

Liite 3: Haastattelun runko

Ryhmähaastattelu 14.10.2019

Hannunen, Anita. Residenssikoordinaattorin sijainen. Serlachius-residenssi.

Kuurne, Laura. Pääkuraattori. Serlachius-museot.

Nyrhinen, Tiina. Toiminnanjohtaja. Mäntän kuvataideviikot.

Pihkanen, Kati. Residenssikoordinaattori. Serlachius-residenssi.

Sivonen, Pauli. Johtaja. Serlachius-museot.

1. Mikä on residenssin toiminnan tavoite? Eli miksi residenssi on olemassa?
2. Mitä residenssi tuottaa Serlachius-museoille? / Mitä residenssin halutaan tuottavan Serlachius-museoille?
3. Mitä residenssi tuottaa Mäntän kuvataideviikoille? / Mitä residenssin halutaan tuottavan Mäntän kuvataideviikoille? (Kysymys osoitettu erityisesti Tiina Nyrhille)
4. Mitä residenssi tuottaa taidekaupunki Mänttä-Vilppulalle? / Mitä residenssin halutaan tuottavan taidekaupunki Mänttä-Vilppulalle?
5. Miten Serlachius-residenssin halutaan eroavan muista suomalaisista taiteilijaresidensseistä?
6. Miten näette residenssin toiminnan tulevaisuudessa?