

**TAIDELAINAAMOIDEN  
KEHITTÄMINEN  
ASIAKASTUTKIMUKSEN  
POHJALTA**

Aino-Emilia Tabell  
Opinnäytetyö  
Humanistinen ammattikorkeakoulu  
Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)  
marraskuu 2009

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Kulttuurituotannon koulutusohjelma

### OPINNÄYTETYÖN TIIVISTELMÄ

Työn tekijä(t)	
Aino Tabell	
Työn nimi	
Taidelainaamoiden kehittäminen asiakastutkimuksen pohjalta	
Työn ohjaaja(t)	<b>Sivumäärä</b>
Art360- hanke, Arto Lindholm, Jyrki Simovaara	60
<b>Tiivistelmä</b>	
<p>Taidelainaamoiden asiakastutkimus oli ESR-rahoitteisen Art360-hankkeen tilaama opinnäytetyö, jonka tarkoituksena oli kartoittaa taidelainaamoiden asiakkaita Helsingissä, Hämeenlinnassa ja Tampereella. Asiakastutkimuksen pohjalta Art360-hanke laatii markkinointisuunnitelman taidelainaamoiden konseptin tunnettavuuden lisäämiseksi sekä toiminnan sisällön kehittämiseksi.</p> <p>Taidelainaamoiden asiakastutkimus oli toteutettu kvantitatiivisin ja kvalitatiivisin tutkimusmetodein. Tutkimukseen oli haastateltu Helsingin Taiteilijaseuran, Tampereen Taiteilijaseuran ja Hämeenlinnan ArsHämeen taidelainaamoiden hoitajia. Lisäksi jokaisen taidelainaamon asiakasrekisterinjäsenille lähetettiin sähköpostitse asiakaskysely.</p> <p>Taidelainaamoiden asiakastutkimuksen pohjalta perusasiakkaiksi muodostuivat keski-ikäiset hyvätuloiset naiset. Muita kävijäryhmiä olivat mm. keräilijät. Asiakkaat olivat tyytyväisiä palveluihin, mutta mm. taiteilijatapaamisia ja tapahtumia toivottiin lisää. Tärkeää oli myös tilojen ja internetin osuuden lisääminen toiminnassa. Oleellista toiminnan tehostamisessa oli verkostoituminen muiden taidelainaamoiden kesken ja visuaaliseen ilmeeseen panostaminen.</p> <p>Opinnäytetyö on hyödynnettävissä taidelainaamoiden markkinoinnin kehittämisessä sekä taidelainaamokonseptista ja asiakastutkimuksesta kiinnostuneiden henkilöiden ja yhteisöiden käytössä.</p>	
<b>Asiasanat</b> taidelainaamo, kuvataide, markkinointi, taide, Art360, Luova Suomi, Rikhardinkadun taidelainaamo, Tampereen taidelainaamo, GalleriaKONE	

# HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Cultural Management

### ABSTRACT

<b>Author(s)</b> Aino Tabell	
<b>Title</b>  Developing artotheques based on the customer survey	
<b>Tutor(s)</b>  Art360 project, Arto Lindholm, Jyrki Simovaara	<b>Number of pages</b>  60
<b>Abstract</b>  <p>The client of this customer survey is Art360, a project funded by ESR and one that studies the clientele of artotheques in Helsinki, Hämeenlinna and Tampere. Based on the customer survey the Art360 project will develop a marketing plan to increase public awareness of the concept of artoteques and to improve their function in the wider community.</p> <p>The study was made by combining quantitative and qualitative research methods. The members of staff of artoteques in Rikhardinkatu Library in Helsinki, Mältinranta in Tampere and GalleriaKONE in Hämeenlinna were interviewed as part of the research project. In addition customer types and ideas for future development were studied on the basis of an email questionnaire sent to all registered members of customer database of artotheques.</p> <p>This thesis includes information about artotheques and their current customers and customership in Finland. The study clarifies the structure of the clientele and points out how to develop the manner in which artotheques function in the future on both a national and individual level. It will also analyse and introduce new ideas and methods related to the changing market of visual arts.</p>	
<b>Keywords</b> arthoteques, art, marketing, Art360 project	

# TAIDELAINAAMOIDEN KEHITTÄMINEN ASIAKASTUTKIMUKSEN POHJALTA

## SISÄLLYS

### TIIVISTELMÄ ABSTRACT

1 JOHDANTO	5
2 OPINNÄYTETYÖN TIETOPERUSTA JA NÄKÖKULMA	6
3 TAIDELAINAAMOTOIMINTA SUOMESSA	8
3.1 Taidelainaamoiden historia	11
3.2 Hki:n Taiteilijaseuran Rikhardinkadun kirjaston taidelainaamo	12
3.3 Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamo	13
3.4 GalleriaKONE ja Hämeenlinnan taidelainaamo	15
3.5 Art360- hanke	18
4. TAIDELAINAAMOIDEN ASIAKASTUTKIMUS	22
4.1 Taidelainaamoiden asiakastyypit	23
4.2 Taidelainaamoiden asiakkuus	29
4.3 Taidelainaamoiden asiakkaiden tavoitettavuus	31
4.4 Taidelainaamoiden teosten hinnanmuodostus	35
5. TAIDELAINAAMOTOIMINNAN KEHITTÄMINEN ASIAKASTUTKIMUSTULOSTEN POHJALTA	40
5.1 Internet taidelainaamoiden asiakaspalvelussa	45
5.2 Taidelainaamoiden oheispalveluiden kehittäminen	49
6. KOHTI TAIDELAINAAMOIDEN MARKKINOINTISUUNNITELMAA	52
7. JOHTOPÄÄTÖKSET	57
LÄHDELUETTELO	59
LIITTEET	61
Liite 1: Taidelainaamoiden asiakaskysely- lomake	

## 1. JOHDANTO

Opinnäytetyöni aihe tutkia taidelainaamojen asiakkaita syntyi useamman kaupungin taidelainaamon tarpeesta kehittää toimintaansa, tavoittaa uusia asiakkaita sekä luoda markkinointisuunnitelma taidelainaamoille. Ehdotus tuli syksyllä 2008 aloittaneen Art360-hankkeen tiimoilta, jonka yksi monista tavoitteista on kehittää taidelainaamotoimintaa. Kartoitin taidelainaamoiden nykyiset asiakkaat, jotka tuntevat toiminnan omakohtaisesti vahvuuksineen ja heikkouksineen. Tutkimustulosteni pohjalta toiminnan ja markkinoinnin kehittäminen kumpuaa asiakkaiden toiveista ja tarpeista.

Asiakastutkimuksen lisäksi haastattelin taidelainaamoiden hoitajia ja toiminnan kehittäjiä Helsingissä, Tampereella ja Hämeenlinnassa. Nopeasti kävi ilmi, että taidelainaamoilla on keskenään hyvin erikokoinen asiakaskunta ja teosvalikoima. Siitä johtuen myös kaupunkien intressit opinnäytetyön hyödyntämiseen ovat erilaiset. Helsingissä yksittäisiä asiakkaita on riittävästi, mutta Tampereella ja Hämeenlinnassa asiakkaita halutaan lisää. Helsingin taiteilijaseuran taidelainaamo kiinnostaa erityisesti uusien yritysasiakkaiden tavoittaminen kun taas Tampereen ja Hämeenlinnan intressinä on saada lisää yksityisasiakkaita. Myös muissa Suomen taidelainaamoissa halutaan tavoittaa lisää yksityisasiakkaita, joten uskon opinnäytetyöstäni olevan hyötyä myös tutkimukseen osallistumattomien kaupunkien taidelainaamoiden kehittämisessä. Toivottavasti tutkimuksen tulokset antavat myös ideoita ja näkemyksiä Helsingin taiteilijaseuran taidelainaamon toiveelle kehittää asiakaskontakteja yritysmaailmaan.

Opinnäytetyössäni pyrin analysoimaan asiakastutkimuksen tuloksia erityisesti markkinoinnin kannalta, mutta myös luomaan selkeän profiilikuvan tyypillisestä taidelainaamoasiakkaasta sekä muista asiakastyypeistä. Nykyään taidelainaamotoiminnassa internet on

keskeinen keino tutustua lainaamoiden teoksiin, joten tarkastelen sen merkitystä toiminnassa sekä uskon kehittäväni uusia kehittämis- ja markkinointikeinoja, joilla taidelainaamot voivat tavoittaa entistä monipuolisemmin ja laajemman asiakaskunnan.

## 2. OPINNÄYTETYÖN NÄKÖKULMA JA TIETOPERUSTA

Suomalaisesta taidelainaamotoiminnasta on olemassa hyvin vähän kirjallisuutta tai tutkimuksia, joten tutkimustavoikseni valitsin sekä kvalitatiivisen että kvantitatiivisen menetelmän. Kvalitatiivisessa tutkimusosuudessa haastattelin Helsingin taiteilijaseuran Rikhardinkadun kirjaston taidelainaamossa lainaamonhoitaja Sirpa Häkliä, Tampereen taiteilijaseuran projektikoordinaattori Katri Heinästä ja kuvataiteen manageria Matti Koistista Taidekeskus Mältinrannassa sekä Hämeenlinnassa Verkatehtaalla ArsHämeen toiminnanjohtaja Sirpa Taulua. Heiltä sain arvokasta perustietoa mm. toiminnasta, sen laajuudesta, arvoista ja kehittämistavoitteista. Kirjallisuuden puuttuessa useat opinnäytetyössäni esittämäni faktat perustuvat heidän haastatteluihinsa. Mielenkiintoista tosin oli, että Laurea- ammattikorkeakoululta löysin Noora Virran opinnäytetyön lokakuulta 2009 taidepalvelujen tuotteistamisesta, johon hän oli haastatellut seitsemän eri taidelainaamon hoitajaa Etelä- ja Länsi-Suomen alueelta. Hänen opinnäytetyöstään saan näkökulmaa myös oman tutkimusalueeni ulkopuolisiin lainaamoihin. (Virta 2009)

Asiakastutkimukseeni kuuluvien taidelainaamoiden hoitajat, Helsingin taiteilijaseura sekä Art360- hanke ovat olleet mukana kehittämässä tekemääni asiakastutkimusta eli opinnäytetyöni kvantitatiivista osuutta. Kyselylomaketta luodessa sain heiltä paljon palautetta, jonka pohjalta lomake muokkautui lopulliseen malliinsa. Taidelainaamoiden hoitajat myös osallistuivat aktiivisesti lomakkeen lähettämiseen sähköpostitse oman taidelainaamonsa asiakasrekisterin jäsenille.

Kvantitatiiviseen tutkimusosuuteen eli asiakastutkimukseen sain vastauksia yhteensä 225. Varsinaista vastausprosenttia en osaa määrittellä, koska taidelainaamot lähettivät kyselyt itse linkkinä Webpropal-ohjelmaan, jolla analysoin tulokset. Olen erittäin tyytyväinen saamiini vastauksien määrään. Vastauksien määrä mielestäni osoittaa myös taidelainaamoasiakkaiden aktiivisuutta ja kiinnostusta kehittää lainaamotoimintaa ja sen tunnettuutta. Kyselylomake koostui kolmesta osuudesta, asiakkaan perustiedoista, asiakkuudesta ja mieltymyksistä. Avoimina kohtina lomakkeessa oli mm. palaute internet-sivuista, lainaamotoiminnan kehittämisideat sekä lainaamoiden herättämät mielikuvat. Tutkimukseen vastanneiden kesken arvottiin myös 60 euron lahjakortti voittajan itse valitsemaan taidelainaamoon opinnäytetyöhön osallistuneista taidelainaamoista. Asiakastutkimukseen osallistuneet taidelainaamot tukivat jokainen lahjakorttia 20 eurolla.

Helsingin taiteilijaseuran taidelainaamon laajan, noin 4000 asiakasta käsittelevän rekisterin ansiosta, suurin osa kyselyyni vastanneista oli pääkaupunkiseutulaisia. Näistä kuitenkin vain 2,7 % oli ns. yritysasiakas. Tampereen ja Hämeenlinnan asiakkaita vastaajista oli yhteensä noin kolmannes. Yksi syy huomattavasti pienempään vastauksien määrään Tampereella ja Hämeenlinnassa on, talousalueiden kokoerojen lisäksi, vasta kehitteillä oleva sähköpostituslistan eli asiakasrekisterin keruu. Kaupunkien taidelainaamoiden peruspyörittämisen välillä on paljon eroja, toisissa se on organisoidumpaa kuin toisissa. Opinnäytetyöni tarjoaa markkinointisuunnitelman lisäksi käytännön neuvoja, joilla toiminnan pyörittäminen on hallitumpaa ja kehityskykyisempää. Oleellista on huomioida myös kunkin taidelainaamon omat resurssit, joiden puitteissa markkinointi ja muu kehittäminen on tapahduttava. On turha luoda suuria kehitysvisiona, mikäli niiden toteuttamiseen ei ole realistisia mahdollisuuksia.

*”...Pidän erityisesti Picasson mietelauseesta  
 "Art washes away from the soul the dust of everyday life".  
 Ehkä sitä voisi hyödyntää taidelainaamotoiminnan  
 markkinoinnissa.” (vastaaja-23414856)*

### 3. TAIDELAINAAMOTOIMINTA SUOMESSA

Suurin osa suomalaisista taidelainaamoista on taiteilijayhdistysten ylläpitämiä. Paikallisten taiteilijayhdistysten kattojärjestönä toimii Suomen kuvataidejärjestöjen liitto, johon kuului vuonna 2009 yhteensä 44 jäsenyhdistystä. (Suomen Kuvataidejärjestöjen Liitto 2009) Taidelainaamotoiminnan idea juurtaa nimensä mukaisesti kirjastotoiminnasta. Tosin taidelainaamot ovat aiemmin kulkeneet nimellä artoteekki latinan ja kreikan kieltä yhdistellen. Lainaamoista taidetta on mahdollista ostaa, mutta myös lainata ja vuokrata.

( Wikipedia 2009)

Taidelainaamon asiakkaana voi olla kuka tahansa yksityishenkilö, yritys tai yhdistys. Asiakas valitsee taidelainaamon valikoimista haluamansa teoksen. Moni tutustuu valikoimaan etukäteen internetin kautta tai heillä saattaa sisään tullessaan olla mielessään jokin taiteilija, kenen teoksia haluavat. Keinoja mieleisen teoksen löytämiseksi on monia, mutta valinnan tehtyään asiakas solmii lainasopimuksen taidelainaamon kanssa. Sopimuksessa määritetään teoksen kokonaishinnasta ja asiakkaasta riippuen, paljonko kuukausittainen lainaerä on. Sopimuksen tehtyään asiakas vie teoksen mukanaan ja maksaa lainaeriä kunnes haluaa palauttaa teoksen takaisin taidelainaamoon. Mikäli hän maksaa lainaeriä koko teoksen arvon edestä, lunastaa hän teoksen näin omistukseensa. Kynnys taideostosten tekoon lainaamoiden kautta on matalampi kuin esimerkiksi taidegallerioiden tai huutokauppojen kautta hankkiessa. (Haastattelut Sirpa Häkli 22.9.2009, Katri Heinänen 25.9.2009 ja Sirpa Taulu 25.9 2009)



Kuukausittaisen lainaerän summa vaihtelee teoksesta, asiakkaasta ja taidelainaamosta riippuen. Asiakas voi maksaa kuukausittain taidelainaamon määrittämän vähimmäismaksun tai itse määrittelemänsä suuremman summan. Hämeenlinnan taidelainaamossa kuukausittainen lainaerä on vähintään 5 % teoksen kokonaisarvosta. Mikäli asiakas lunastaa teoksen kokonaan itselleen maksaen aina vähimmäislainaerän, kestää asiakaskontakti Hämeenlinnassa yhden taulun kohdalla 20 kuukautta. Tampereella asiakaskontakti saattaa pisimmillään olla kolme vuotta. Teoksen lainaerät ovat aina korottomia. Teoksen kokonaishinnan määrittelee aina kuvataiteilija ja taidelainaamot ottavat provision lainaamistaan tauluista. Provisio on keskimäärin 30 %, mutta vaihtelee 15 % - 40 % lukemista taidelainaamosta riippuen. ( Haastattelut Sirpa Häkli 22.9.2009, Katri Heinänen 25.9.2009 ja Sirpa Taulu 25.9 2009, Virta s.11)

Asiakkaalla on oikeus palauttaa teos milloin tahansa lainaamoon, jolloin hän lopettaa myös lainaerien maksamisen. Taidelainaamoiden asiakastutkimukseen osallistuneista taidelainaamoista Hämeenlinnan GalleriaKONEessa on myös käytäntönä, että mikäli asiakas haluaa vaihtaa lainaamansa teoksen saman taiteilijan toiseen teoksen, voidaan ensimmäisestä teoksesta maksetut erät hyvittää toisen teoksen maksuissa. Jokaisessa tutkimassani taidelainaamossa teosten palautusprosentti on hyvin vähäinen. Asiakkaan näkökulmasta taidelainaamo on erittäin helppo ja joustava keino hankkia taidetta itselleen. ( Haastattelu Sirpa Taulu, 25.9.2009)

Taidelainaamot toimivat pääsääntöisesti Suomessa yhdistyspohjalta ja tarkoituksena on taata taideteosten päätyminen ihmisten koteihin sen sijaan, että ne pölyntyisivät työhuoneilla tai varastoissa ilman, että ihmiset pääsevät niistä nauttimaan. Toki toiminnan on tarkoitus myös tehdä myös liikevoittoa. Saadulla liikevoitolla katetaan taiteilijayhdistysten ja taidelainaamoiden kuluja. Teoslainoista saadut lainamaksut tilitetään taiteilijoille, koska luonnollisesti ne ovat heille yksi ammatin tulonlähteistä. ( Häkli 26.10.2009)

Teosten tuominen taidelainaamoon on taiteilijaseuraan kuuluvan taiteilijan jäsenetu. Eri taiteilijaseuroilla on hieman erilaiset kriteerit kuinka jäseneksi pääsee, mutta peruskriteereinä voidaan pitää ammattitaiteilijuutta. Jäsenen on asuttava vakituisesti kyseisen taiteilijaseuran toiminta-alueella, kuuluttava johonkin valtakunnalliseen taiteenalan ammattiliittoon ja omattava jonkin seuran määrittelemän kuvataidekoulun loppututkinto. Valintaan vaikuttavat myös kuluneiden vuosien aikana pidetyt näyttelyt, ansaitut taidepalkinnot ja muu taidetoiminta. Kriteereillä on jonkin verran vaihtelevuutta taiteilijaseurakohtaisesti. Jokainen jäsenhakemus käsitellään tarkoin ja taiteilijaseuran hallitus joko hyväksyy tai hylkää jäsenhakemuksen. (Tampereen taiteilijaseura ry 2009, ArsHäme ry 2009, Helsingin taiteilijaseura ry 2009) Yleisesti voidaan kuitenkin sanoa, että taidelainaamoiden taiteilijat ovat ansioituneita ammattilaisia.

Ainoa rajoitus, mikä teoksien tuomisessa taidelainaamoihin kuvataiteilijoilla on, perustuu käytännön syihin. Tilat jokaisessa taidelainaamossa on rajalliset, joten taiteilijoiden tuomia töitä on rajattu koon ja määrän mukaisesti. Kuitenkin lainaamoissa on selattavissa kuvia taiteilijoiden teoksista, joita lainaamoihin on hankittavissa esimerkiksi työhuoneilta. Taidelainaamot tarvittaessa sopivat asiakkaan ja taiteilijan kanssa näihin töihin tutustumisesta ja järjestävät mahdolliset lainasopimukset. Taiteilijalla on oikeus myös hakea teoksensa pois milloin tahansa lainaamon valikoimasta. Tampereella käytäntönä myös on, että lainaamon teosvalikoiman vaihtuvuuden takia taiteilijan on haettava teoksensa pois lainaamosta, mikäli sitä ei ole ostettu kahden vuoden aikana. (Haastattelut Sirpa Häkli 22.9.2009, Katri Heinänen 25.9.2009 ja Sirpa Taulu 25.9.2009)

*”POSITIIVINEN, HELPPO, MUTKATON TAPA HANKKIA  
TAIDETTA KOTIIN” (vastaaja -23508468)*

*”Upea toimintamuoto, helposti lähestyttävä, taidetta kaikkien saavutettavissa, helppo hankkia korottoman maksusysteemin takia, kaikenkaikkiaan pelkkää positiivista sanottavaa” (vastaaja-23415620)*

### 3.1 Taidelainaamoiden historia

Taidelainaamotoiminta on alkanut Yhdysvalloissa Illinoisissa 1920-luvulla. Taidelainaamo perustettiin kirjaston yhteyteen, jotta kirjallisuuden ohella myös taide leviäisi kansan käyttöön. Euroopassa taidelainaamot ovat ensimmäisenä tulleet Saksaan. Berliiniläiset taiteilijat kopioivat Yhdysvalloissa matkaillessaan löytämänsä idean kotikaupunkiinsa, mistä se levisi seuraavien kymmenien vuosien aikana pitkin Pohjois-Eurooppaa. Esimerkiksi pääosa Ranskan taidelainaamoista toimii kirjaston yhteydessä. (Wikipedia 2009) Kuitenkin Ranskassa taidelainaamoiden toimintamalli on erilainen kuin Suomessa. Taidelainaamot ovat valtakunnallisen järjestön, l’Association de Développement et de Recherche sur les Artothèques ADRA, omistuksessa ja niiden sisällä toimii raati, joka valitsee lainaamon teokset. Asiakkailla on oikeus ainoastaan lainata teoksia, jotka on palautettava lainaamoon viimeistään 2 vuoden kuluttua. (Haastattelu Sirpa Häkli 22.9.2009, Häkli 26.10 2009)

Suomeen ensimmäinen taidelainaamo perustettiin Joensuuhun vuonna 1971. Joensuun taiteilijaseura ry:n ylläpitämä taidelainaamo on edelleen toiminnassa suomen vanhimman lainaamon tittelistä nauttien. Vuonna 1972 myös Helsinkiin perustettiin oma taidelainaamo, mutta toiminta ei ottanut tuulta siipiensä alle, joten se jouduttiin lopettamaan. (Wikipedia 2009) Sama kohtalo toistui useissa Suomen kaupunkien taidelainaamoissa. Syitä on erilaisia, mm. taiteilijoiden talkoohenkeen perustuva toiminnan pyörittäminen, tilojen puute, konseptin tuntemattomuus yms. Kirjastotoimintaan erona on toki myös taideteosten ainutlaatuisuus. Niistä ei voi ottaa lisäpainoksia, joten esimerkiksi Lahden kaupunginkirjaston artoteekki jouduttiin sulkemaan vuonna 1997 kuukaudeksi, kun lainattavat teokset

loppuivat taidelainaamosta.(Wikipedia 2009) Itse uskon tosin, että kyseessä on ollut organisoinnin heikkouttakin, sillä nykyään mikään tutkimani taidelainaamo ei valita teosten vähyydestä, päinvastoin.

### 3.2 Helsingin taiteilijaseuran Rikhardinkadun kirjaston taidelainaamo

Helsingin taiteilijaseuran Rikhardinkadun kirjaston taidelainaamo on toiminut Helsingissä vuodesta 1995 Rikhardinkadun kirjaston yhteydessä. Taidelainaamon lyhyempi virallinen nimi on Helsingin taiteilijaseuran (HTS) Taidelainaamo. Helsingissä toimii myös toinen taidelainaamo, Suomen taidegraafikot ry:n ylläpitämä Grafoteekki. Helsingin taiteilijaseura on perustettu vuonna 1967 valvomaan ja edistämään kuvataiteilijoiden ammatillisia etuja, sekä kasvattamaan kuvataiteen tuntemusta muun muassa koulutus- ja näyttelytoiminnalla. (Helsingin taiteilijaseura ry 2009, Suomen taidegraafikot ry 2009)

Taidelainaamotoiminnan lisäksi Helsingin taiteilijaseura ry:n toimintaan kuuluu aktiivinen galleriatoiminta useissa tiloissa ympäri Helsinkiä. Myös HTS:n Taidelainaamon tiloissa toimii kaksi yksityisnäyttelytilaa, Arthur ja Galleria Rikhard, joissa järjestetään vuoden aikana yli 20 yksityisnäyttelyä. Näyttelyteokset ovat lainattavissa samoin ehdoin kuin taidelainaamon muutkin teokset. Näyttelyistä myös tiedotetaan monin tavoin ja näyttelyjen avajaisiin lähetetään kutsut kaikille jäsenille, asiakkaille ja lehdistölle. Kalevankadulla sijaitsevassa Galleria Katariinassa järjestetään vuosittain noin 15 vaihtuvaa nykyaikaisen taiteen näyttelyä. Suomenlinnassa sijaitsevassa Galleria Rantakasarmissa näyttelytila käsittää kolme valkeaksi kalkittua holvihuonetta, joissa järjestetään vuosittain noin 12 nykyaikaisen taiteen näyttelyä. (Helsingin taiteilijaseura ry 2009, Häkli 26.10 2009)

Helsingin taiteilijaseuran toimintaan kuuluu myös kuvataidekoulu Kaapelitehtaalla, joka antaa taiteen perusopetusta 4-16 -vuotiaille lapsille ja nuorille. Sen vuosittainen oppilasmäärä on noin 500.

Helsingin taiteilijaseura järjestää myös erilaisia kuvataidekursseja yli 16-vuotiaille Suomenlinnassa ja Kaapelitehtaalla. Opettajina toimivat seuran ammattitaiteilijat. Helsingin taiteilijaseura kokee tärkeäksi kaikessa toiminnassaan taidekasvatuksen. (Helsingin taiteilijaseura ry 2009)

HTS:n taidelainaamohoitajana on vuoden 2009 toukokuusta toiminut Sirpa Häkli, joka toimii lainaamon vastuuhenkilönä ja esimiehenä. Lisäksi taidelainaamossa on 3-4 työntekijää ja ajoittain myös harjoittelijoita. Häkli on tyytyväinen taidelainaamon yksityisasiakkaiden määrään. Päivittäisiä asiakkaita lainaamossa on runsaasti ja työpäivät kiireisiä. Ongelmallisena hän näkee tilojen pienuuden, teosten esille saaminen hyvin haastavaa, minkä vuoksi lainaamon ripustus uusitaan säännöllisesti. Kaikki taidelainaamot teokset ovat silti aina esillä seinillä ja hyllyillä. (Haastattelu Sirpa Häkli 22.9 2009, Häkli 26.10 2009)

HTS:n Taidelainaamo kiertää vuosittain elo-syyskuussa taidebussilla Itä- ja Länsi-Helsinkiä. Tarkoituksena on olla myös Helsingin syrjäisempien kaupunginosien asukkaiden tavoitettavissa. Vuosittain järjestettävissä jouluglögeillä HTS:n Taidelainaamoon tulee runsaasti kävijöitä, vuonna 2008 päivän aikana kävi 375 asiakasta. Vuosittainen tapahtuma on myös taidelainaamon syntymäpäivä. (Häkli 26.10.2009)

HTS:n taiteilijaseuran Taidelainaamon toiminta tutkimistani taidelainaamoista on ehdottomasti laajinta ja organisoiduinta. Esimerkiksi vuonna 2008 lainaamokävijöitä oli 14 335 ja lainoja toteutui 1123 kappaletta. Taidelainaamohoitajan Sirpa Häklin mukaan Helsingin aktiivinen taidelainaamoasiakaskunta perustuu kaupungin laajaan kulttuuritarjontaan. Pääkaupungissa kulttuuria on muihin kaupunkeihin nähden niin paljon tarjolla, että ihmiset ovat luonnostaan aktiivisia ja etsivät tarvitsemaansa kulttuuritarjontaa. Täten myös sana taidelainaamosta leviää nopeasti ja monelle

helsinkiläiselle lainaamotoiminta on konseptina tuttu. ( Haastattelu Sirpa Häkli 22.9.2009)

### 3.3 Tampereen Taiteilijaseura Taidelainaamo

Tampereella taidelainaamotoiminta aloitti Tampereen taideyhdistyksen aloitteesta toimintansa 1980-luvulla. Tuolloin Koskikeskus oli juuri rakennettu ja liikekeskuksessa oli vielä vapaata tilaa. Taidelainaamo sai tilat liikekeskuksesta käyttöönsä. Kuitenkin liiketoiminta lisääntyi nopeasti Koskikeskuksessa, minkä takia lainaamo muutti usein jäljellä oleviin vapaisiin tiloihin liikekeskuksessa kunnes lopulta tilaa ei ollut enää ollenkaan ja toiminta lopetettiin. Toiminnan aikana taidelainaamo järjesti myös erilaisia tempauksia Tampereen pääkirjasto Metsossa, sivukirjastoissa sekä myös Hämeenkadun näyteikkunoissa. ( Haastattelu Katri Heinänen 25.9 2009)

1990-luvulla Tampereella ei ollut taidelainaamoja, mutta Tampereen taiteilijaseuran taiteilijat kaipasivat kaupunkiin lainaamotoimintaa. Heidän aloitteestaan alettiin jälleen etsiä tiloja taidelainaamolle. Ajatuksena oli saada lainaamo pääkirjasto Metson yhteyteen, mutta sopivaa tilaa ei rakennuksesta löytynyt. Lopulta Taidekeskus Mältinrannasta löytyi tilaa myös taidelainaamolle, joka aloitti siellä toimintansa vuoden 2000 alusta. Taidekeskus Mältinrannassa toimii myös kaksi erillistä näyttelytilaa, Galleria ja Studio, joissa nähdään vaihtuvia nykytaiteen näyttelyitä. Lisäksi Tampereen taiteilijaseura järjestää näyttelyitä erilaisissa julkisissa tiloissa ympäri Tampereen. Myös Tampereen taiteilijaseuralla on kurssitoimintaa niin harrastajille kuin ammattilaisille kolmessa eri toimipisteessä Tampereella. Taidekeskus Mältinrannassa on jo 1980- luvulta ollut hyvät grafiikan työtilat ja Tampere onkin tunnettu mm. grafiikan kursseistaan. (Tampereen taiteilijaseura ry 2009)

Tampereen taiteilijaseuran projektikoordinaattorina toimii Katri Heinänen. Hänet palkattiin mukaan toimintaan Art360-hankkeen käynnistyessä syksyllä 2008. Katri Heinäsen tehtävään kuuluu taidelainaamotoiminnan kehittäminen. Edelleenkin lainaamon eri työtehtävät jakautuvat Tampereen taiteilijaseuran työntekijöiden kesken muiden seuran töiden ohella; toiminnanjohtaja Arja Moilanen vastaa teosten maksuliikenteestä ja markkinoinnista, näyttelysihteeri Anne Paldanius sopimuksista, internetistä ja erilaisista konsultointitehtävistä, Katri Heinänen PR:stä, kokoelmista, markkinoinnista ja kehittämisestä (samoin Art360- hankkeen kuvataiteen manageri Matti Koistinen) sekä Mäntinrannan vahtimestari Aila Mäkinen asiakaspalvelusta yhdessä työllistettyjen näyttelyvalvojen kanssa, joita on 1-2. (Haastattelu Katri Heinänen 25.9.2009)

Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamossa ollaan erityisen kiinnostuneita uusien yksityisasiakkaiden tavoittamisesta. Taidelainaamo osallistuu vuosittain elokuussa Kukkaisviikkojen yhteydessä järjestettävään Taidetoriin, jossa on esillä lainaamon teoksia. Syyskuussa 2009 järjestettiin toisen kerran pääkirjasto Metsossa kulttuuritori, johon taidelainaamo myös osallistui. Kaksi kertaa vuodessa järjestettäväksi kaavaillussa tapahtumassa esittäytyy useat Tampereen alueen kulttuurialan toimijat. Lisäksi Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamon töitä oli nähtävissä Valkeakoskella Asuntomessujen 2009 eri osastoilla. Taidelainaamo osallistui myös Pirkkahallissa järjestettäviin Keräilymessuihin, jossa oli mahdollista lainata teoksia suoraan messuilta. Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamo osallistui myös Habitare09- messuille yhdessä HTS:n Taidelainaamon ja Oulun taidelainaamon kanssa. Uusia markkinointikeinoja kokeillaan ja haetaan jo Tampereella tuntosarvet pystyssä. (Haastattelu Katri Heinänen 25.9.2009)

### 3.4 GalleriaKONE ja Hämeenlinnan taidelainaamo

ArsHäme ry:n ylläpitämä GalleriaKONE ja taidelainaamo ovat toimineet Verkatehtaan tiloissa kaksi vuotta uuden kulttuuri- ja kongressikeskuksen avautumisesta alkaen. Aiemmin Hämeenlinnassa toimi Kulttuurikeskuksen tiloissa taidelainaamo Hämeenlinnan taiteilijaseuran taiteilijoiden talkoovoimin. Toiminta kuitenkin lakkautettiin heikon organisoinnin ja asiakkaille vaikeiden aukioloaikojen takia kannattamattomana 2000-luvun taitteessa. Sen jälkeen toimintaa oli myös entisillä armeijan kasarmeilla. Keskustan reunalla sijaitsevat kasarit toimivat nykyään taiteilijoiden työtiloina, mutta sijaintinsa puolesta asiakkaat eivät löytäneet taidelainaamoja. Verkatehtaalle muuttaessa Hämeenlinnan taidelainaamon asiakasmäärä ylittikin kahdessa viikossa aikaisemman puolenvuoden kävijämäärän rajan. (Haastattelu Sirpa Taulu, 25.9.2009, Virta, s.10)

GalleriaKONEen avautuminen Verkatehtaalla on nostanut taidelainaamotoiminnan uuteen kukoistukseen Hämeenlinnassa. Gallerian puolella näyttelyt vaihtuvat lähes joka kuukausi ja Verkatehdas houkuttelee puoleensa niin turisteja, konsertti- ja elokuvakävijöitä sekä säännöllisesti hämeenlinnalaisia perheitä, sillä tiloissa toimii paljon erilaisia etenkin lapsille suunnattua harrastustoimintaa tarjoavia tahoja. ArsHämeen toiminnanjohtaja Sirpa Taulun mukaan keskeinen sijainti ja hyvät taiteilijat ovatkin toimivan taidelainaamotoiminnan perusta. Vuosittaista kävijämäärää hän ei osaa arvioida, mutta osviittaa antaa loppukesästä 2009 galleriassa ollut Anssi Taulun näyttely, jossa kävi 1400 asiakasta neljän viikon aikana. Näistä jokainen on kulkenut myös taidelainaamosalin läpi ja tutustunut ainakin seinille ripustettuihin teoksiin. (Haastattelu Sirpa Taulu 25.9.2009)

Gallerian ja taidelainaamon välillä ei GalleriaKONEessa ole niin jyrkkää eroa. Mikäli näyttelyyn ei sovi jokin taiteilijan työ, se ripustetaan taidelainaamon puolelle. Myös galleriasta teoksia ostettaessa on asiakkaan mahdollista maksaa teos osamaksulla taidelainaamon maksuehdoin. Asiakaspalvelusta, ripustuksesta, näyttelyvalaistuksesta yms. vastaa



kaikkiaan viisi työllistettyä työntekijää toiminnanjohtaja Sirpa Taulun pitäessä lankoja käsissä.

GalleriaKONEen toiminnasta huokuu solidaarisuus ja taiteen levittämisen ilo. Sirpa Taulu on itsekin erittäin vaikuttunut taidelainaamokonseptin nerokkuudesta ja tekee paljon yhteistyötä alueen kuvataidetoimijoiden kanssa. Verkatehtaan alueella toimii mm. Hämeenlinnan taidemuseo ja lasten ja nuorten kuvataidekoulu, joiden kanssa puhalletaan yhteen hiileen ja haetaan yhteisiä teemoja. Esimerkiksi syksyllä taidemuseolla nähdään virolaisen taiteilija Leonhard Lapinin näyttely, jonka aikana myös GalleriaKONE tarjoaa virolaisen Villi Jaanison näyttelyn. Samaan aikaan Verkatehtaan ravintola Huvilassa tarjoillaan virolaista ruokaa. Näin alueen toimija muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden Viro-teemalla. Vastaavia esimerkkejä alueen toiminnasta on useita. Myös taidekasvatukseen panostetaan kuvataidekoulun ja Hämeenlinnan koulujen kanssa. Taulun mukaan galleriaan tulee paljon lapsi- ja nuorisoryhmiä ilmaisille opaskierroksille ilman sen suurempia markkinointitempauksia tai - tapahtumia järjestämättä. ( Haastattelu Sirpa Taulu 25.9.2009)

Hämeenlinnan kulttuuritoimijat ovat monella tavalla verkostoituneet keskenään 2000-luvulla, mikä on nostanut pienen kaupungin profiilia kulttuurin kentällä. Muutamassa vuodessa myös GalleriaKONE on noussut aktiiviseksi alueen toimijaksi. Sirpa Taulu toivoo tällaista verkostoituneisuutta myös Suomen taidelainaamoiden kesken. Hänestä on hassua, jos jokaisessa kaupungissa tehdään samaa perustyötä pienin resurssein kun yhteisvoimin työskennellessä resurssit on vahvemmat, näkyvyys suurempaa ja työssä myös päästään pidemmälle. Konkreettisenä esimerkkinä hän uskoo yhteismarkkinoinnin valtakunnallisissa medioissa tavoittavan paljon enemmän potentiaalisia asiakkaita kuin pienet mainokset paikallisissa medioissa. Valtakunnallista markkinointia on hyvä hyödyntää etenkin konseptin tunnettavuuden kasvattamisessa. (Haastattelu Sirpa Taulu 25.9.2009)

*”hyvä että lainaamon yhteydessä toimii galleria, toiminnot tukevat toisiaan, ei erityisiä kehitysideoita taidelainaamo on*

*hyvin verkostoitunut yhteisössään ja sitä ylläpitävä seura on ollut aktiivinen toimija kulttuuritapahtumissa, mikä on hyvä,! sitä kannattaa jatkaa, jotta näkyvyys pysyy yllä ja ihmisten tietoisuus toiminnasta lisääntyy”  
( vastaaja-23529490)”*

	<b>Yhdistyksen jäsenmäärä</b>	<b>Teoksia lainaamossa</b>	<b>Teoksia lainassa</b>	<b>Teosten palautusprosentti</b>
<b>HTS:n taidelainaamo, Helsinki</b>	n. 700	n.2800	n.1700	10
<b>Tampereen taiteilijaseuran taidelainaamo</b>	n. 250	n.700	160-190	10
<b>GalleriaKONE, Hämeenlinna</b>	n. 70	n. 200	ei tietoa	2

**Taulukko 1** osoittaa eri vertailukohtien avulla kaupunkien taidelainaamoiden tilanteen ja niiden välisen eron toiminnan suuruudessa. Nämä erot on hyvä huomioida taidelainaamoiden markkinointia ja resursseja kehittäessä.

### 3.5 Art360- hanke

Art360 on valtakunnallinen kuvataidehanke, jonka tavoitteena on lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä managerointi - ja liiketoimintaosaamista. Hanke on kolmivuotinen ja kestää kesään 2011 asti. Hanke on osa Euroopan sosiaalirahaston (ESR) Luova Suomi-projektia, jonka tarkoituksena on kehittää luovien alojen yritystoiminnan kasvua ja kansainvälistymistä. ESR satsasi suomalaisen kuvataidealan kehittämiseen miljoona euroa Art360-hankkeen nimissä. Muita hankkeen rahoittajia ovat Etelä-Suomen lääninhallitus sekä Helsingin, Kankaanpään, Kuopion, Oulun, Porin ja Tampereen kaupungit sekä Pohjois-Satakunnan Kehittämiskeskus Oy. Art360-hankkeen yhteistyökumppanina on Ars Libera Kuopiossa, jonka painopistealueena on itsenäinen Taiteen aluekeskus. Kuopion hanketta rahoittavat Euroopan Sosiaalirahasto, Itä-Suomen lääninhallitus ja Kuopion kaupunki. (Art360 2009, Luova Suomi 2009)

Hankkeen toimijoiden tarkoituksena on luoda valtakunnallinen yhteistyöverkosto kuvataidealalle. Käytännössä tämä on toteutettu eri kaupunkien kesken jakamalla jokaiselle hankkeeseen kuuluvalla yhdistykselle oma kehitettävä toimiala, jotka ovat lueteltuna seuraavassa:

- **Satakunnan ammattikorkeakoulu:** Hankkeen johtaminen ja hallinnointi (projektipäällikkönä Tomi Kuusimäki), kehittämiskeskusyhteistyö ja verkkooppiminen
- **Tampereen Taiteilijaseura ry:** yritys yhteistyö ja liiketoimintaosaaminen
- **Oulun Taiteilijaseura -63 ry ja PROTO ry:** kuvataiteen palvelujen tuotteistaminen ja kansainvälistäminen
- **Helsingin Taiteilijaseura ry:** Sähköinen liiketoiminta ([www.art360.fi](http://www.art360.fi)) ja kuvataiteilijoiden verkko-osaaminen
- **Suomen Taiteilijaseura:** Verkkomatrikkelin kehittäminen ja sopimuskäytänteet
- **Kuvasto:** Kuvan digitaalinen käyttö ja tekijänoikeudet
- **Taidemaalari liitto:** Taiteen hankintamalli ja taide rakennetussa ympäristössä
- **AV-arkki:** Taiteilijoiden ja kuraattorien kansainvälistymistäidot

Tampereen Taiteilijaseura ry on keskeisessä asemassa Art360-hankkeessa, koska sillä on hankkeen sisällä suurin budjetti käytössään. Tampereelle on palkattu kuvataiteen manageri- ammattinimikkeeseen omaava kulttuurituottaja Matti Koistinen. Myös Oulussa kuvataiteen managerina toimii Taija Leinonen. Managereiden tehtävänä on luoda uudenlaisia työmahdollisuuksia kuvataiteilijoille mm. yritys yhteistyön ja taiteen eri ympäristöihin sijoittamisen avulla.

Tampereen Taiteilijaseura ry tarjoaakin yrityksille palvelupaketteja, joissa pääsee tutustumaan taiteeseen taiteilijoiden kautta monilla eri tavoilla. Työpaja- ja näyttelyesittelyiden lisäksi tarjolla on mm. ammattitaiteilijan pitämä taideraati, jossa yrityksen työntekijät toimivat kriitikoina ja pisteyttävät taidelainaamon valikoimasta valittuja teoksia YLE:n Runoraadin tyyliin. Mahdollista on tilata ammattitaiteilija

tekemään työpaikalle taideteos, jonka tekoprosessiin työntekijät itse vaikuttavat tai kuvanveistäjä luomaan teos yrityksen valmistamista tuotteista. Kaiken kaikkiaan Tampereen Taiteilijaseura tarjoaa yrityksille yli 20 pakettivaihtoehtoa, joita yritykset voivat hyödyntää esimerkiksi tyky- ja virkistyspäivien tai pikkujoulujen yhteydessä. (Haastattelu Matti Koistinen 25.9 2009, Tampereen Taiteilijaseuran palvelupaketit yrityksille – esite 2009)

Kuvataide on edelleen jotenkin etäinen aihe monelle suomalaiselle. Kuvataiteen työpajoja tarjotaan suurimmissa museoissa etenkin lapsille, mutta aikuisille tarjonta on vähäisempää. Työyhteisön kanssa viihteellisin, leikkimielisin, kokeilevin ja osallistuvain keinoin kynnys kuvataiteen pariin madaltuu ja ihmiset ymmärtävät ettei alaan tarvitse niin otsa rypyssä aina suhtautua. Huomioitavaa on myös, että Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamon teokset ovat esillä monissa yrityspaketeissa, mikä on näppärää markkinointia tuotesijoittelunmuodossa muun toiminnan ohella.

Art360- hankkeen tiimoilta Tampereen Taiteilijaseura on lanseerannut valtakunnallisen [www.taidelainaamot.fi](http://www.taidelainaamot.fi)- internetsivuston. Sen tarkoituksena on koota Suomen taidelainaamot yhden sivuston alle ja täten olla asiakkaille helpommin saavutettavissa. 10 euron vuosimaksulla jokainen taidelainaamo pääsee mukaan. Tällä hetkellä sivustolla esitellään taidelainaamoiden toimintakonsepti sekä siellä on mukana olevien 16 taidelainaamoiden yhteystiedot sekä linkit niiden omille kotisivuilleen. (taidelainaamot 2009) Tällainen toiminta on juuri mm. GalleriaKONEen Sirpa Taulun peräänkuuluttamaa verkostoitumista ja yhteismarkkinointia. Asiakkaan kannalta sivusto myös oivallinen, sillä välttämättä monikaan ei edes tiedä, että taidelainaamot ovat yleensä kaupunkien taiteilijayhdistysten ylläpitämiä eikä täten osaa etsiä tarvitsemaansa tietoa heidän omilta internetsivuiltaan.

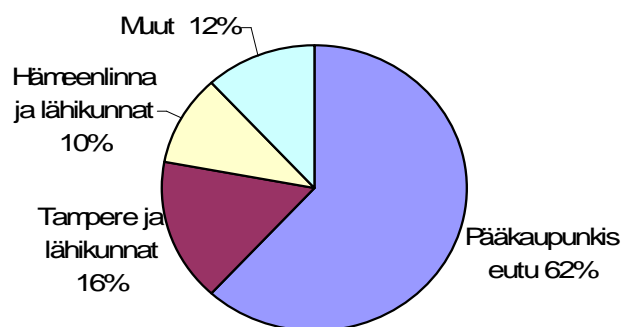
Art360- hanke on vielä nuori, mutta on mielenkiintoista, minkälaisia työtilaisuuksia niin taiteilijoille kuin kulttuurituottajillekin sen kautta

avautuu. Mikäli yritysysteistyö lähtee hyvin käyntiin, avautuu aiheesta innostuneille taiteilijoille kontakteja ja työmahdollisuuksia yritysmaailmasta helpommin. Taidemaalari liitto ry:n toimesta Art360-hanke pyrkii luomaan työtilaisuuksia taiteilijoille eli lisäämään kuvataidetta esimerkiksi kaupunkikuvassa tai yksittäisten ihmisten rakennusten elävöittäjänä. (haastattelu Matti Koistinen 25.9 2009, Kuvataiteelle uusia ympäristöjä – esite 2009)

Art360:n myötä on lanseerattu kulttuurituottajuuden kannalta mielenkiintoinen nimike eli kuvataiteen manageri. Toki voidaan kritisoida, eivätkö galleristit ole olleet tällaisia aikaisemmin, mutta joka tapauksessa käsite on Suomessa uusi. Luova Suomi- hanke on aloittanut myös uuden Sillanrakentajat-koulutuksen, josta valmistuu kuvataiteen, ja yleisesti luovien alojen, agenteja. Kolmivuotisen valmennusohjelman tavoitteena on synnyttää kokonaan uusi ammattikunta, toimintakulttuuri ja ansaintalogiikka kulttuurin myyntiin ja vientiin. Valmennukseen otetaan 60 agenttia. Adulta Oy:n järjestämän koulutuksen myötä ensimmäisten agenttien on tarkoitus valmistua vuonna 2012. (haastattelu Matti Koistinen 25.9 2009, Luova Suomi 2009) Euroopassa kuvataiteilijoilla on omat agenttinsa, mutta Suomessa malli on erittäin harvinainen. Aika näyttää, miten agenttikulttuuri soveltuu suomalaiseen kuvataidealaan ja sen hierarkioihin.

#### 4. TAIDELAINAAMOIDEN ASIAKASTUTKIMUS

Taidelainaamokävijöiden asiakastutkimus lähetettiin HTS:n, Tampereen taiteilijaseuran ja ArsHämeen taidelainaamoiden asiakasrekisterin jäsenille sähköpostitse. Sähköpostit lähtivät kaupunkien asiakasrekistereille eri aikaan, Tampereella vastausaikaa oli yli 4 viikkoa, Helsingissä hieman yli 2 viikkoa ja Hämeenlinnassa tasan 2 viikkoa. Vastauksia tuli yhteensä 225 kappaletta. En kuitenkaan usko vastausajan vaikuttaneen vastausten epätasaiseen jakautumaan eri kaupungeissa, sillä suurin osa vastauksista tuli heti muutaman päivän kuluttua tutkimuksen lähettämisestä. Viimeisellä viikolla ennen kyselyn sulkemista vastauksia tuli vain muutama kappale. Vastanneiden kotipaikkakunnan selkeään pääkaupunkivoittoisuuteen vaikutti ennemminkin Helsingin taiteilijaseuran Taidelainaamon asiakasrekisterin laajuus, vaikka mukana oli siitä vain pieni otanta.



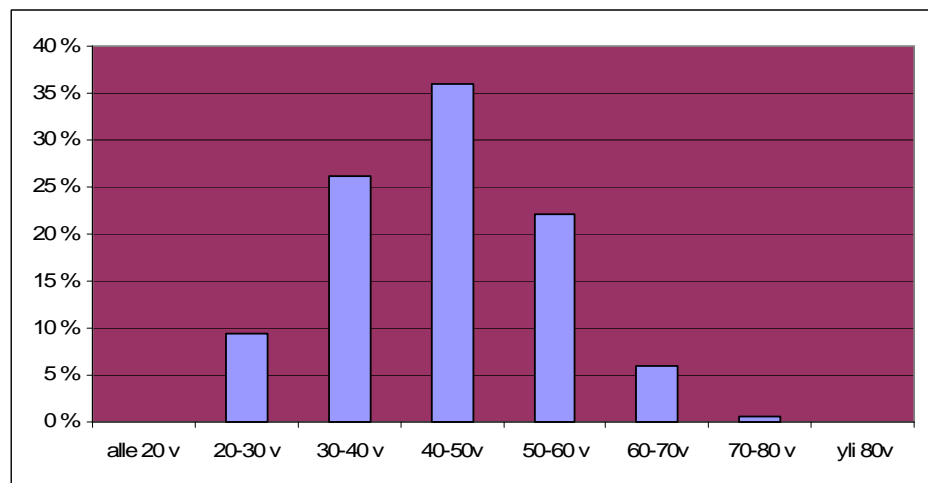
**Taulukko 2** havainnollistaa asiakastutkimukseen vastanneiden asuinalueen

Yhteistyössä asiakastutkimukseen osallistuneiden taidelainaamoiden, Art360- hankkeen ja Helsingin taiteilijaseuran kanssa laatimani kyselylomake koostui kolmesta osuudesta; asiakkaan perustiedoista, asiakkuudesta sekä mieltymyksistä. Mieltymyksissä myös kyseltiin kehitysideoita taidelainaamotoiminnalle myös avoimin kysymyksin.

Saamieni tulosten pohjalta pohdin erilaisia asiakasryhmiä sekä niiden tavoitettavuutta taidelainaamoiden markkinoinnissa.

#### 4.1 Taidelainaamoiden asiakastyypit

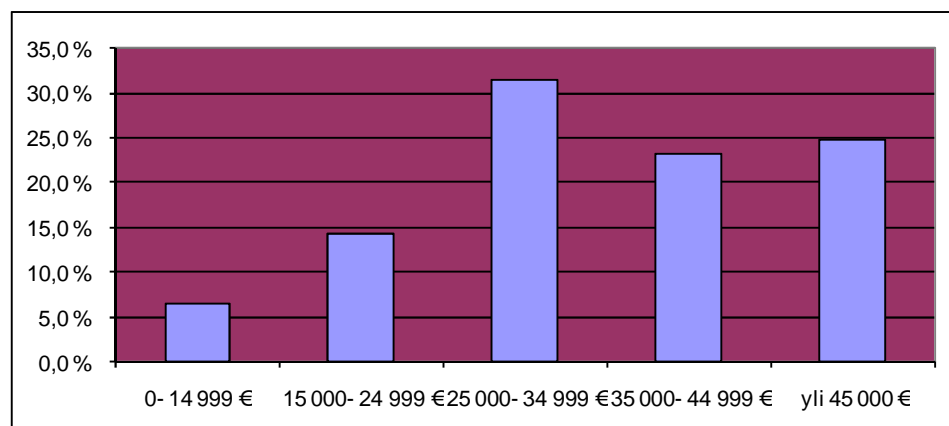
Kuten yleensä tutkimuksiin, myös tekemääni taidelainaamoiden asiakastutkimukseen, suurin osa vastanneista oli naisia. Kuitenkin vastanneiden jakauma 79 % naisia ja 21 % miehiä osoittaa, että taidelainaamoissa käy ainakin jonkin verran enemmän naisia kuin miehiä. Yleisesti ajatellaan, että naiset käyttävät miehiä enemmän kulttuuripalveluja. Tutkimukseen osallistuneista suurin osa oli iältään 40–50 -vuotiaita, mikä tukee osaltaan hieman stereotyyppistäkin käsitystä keski-ikäisestä naisesta kulttuurin suurimpana kuluttajana. Kuitenkin tutkimuksen tuloksiin perustuen tämä stereotypia jatkaa elämäänsä.



**Taulukko 3** osoittaa asiakastutkimukseen vastanneiden ikäjakauman. Suurin asiakasryhmä on 40–50- vuotiaat alle 30- ja yli 60- vuotiaita ollessa asiakkaina vähän.

Vastaajista selkeästi suurin osa, 82 %, oli palkkatöissä. Muita vaihtoehtokategorioita eli yrittäjiä, opiskelijoita ja eläkeläisiä oli tasaisesti jokaista noin 5 % vastanneista. Työttömiksi

taidelainaamoasiakkaisiksi ilmoittautui vain kaksi vastaajaa. Voikin ajatella taidelainaamoiden olevan palkansaajien väylä hankkia taidetta kotiinsa. Vuosittaisiksi tuloiksi suurin osa vastaajista ilmoitti 25 000–35 000 euroa. Vertailukohteeksi vuonna 2007 keskimääräiset tulot suomalaisilla oli 23 992 euroa. Miesten keskimääräiset tulot tuolloin olivat 28 619 euroa ja naisten 19 648 euroa. (Tilastokeskus 2009) Tämän tiedon nojalla taidelainaamoiden asiakkaat ansaitsevat vuodessa keskivertoa enemmän. Etenkin huomioiden, että suurin osa asiakkaista on naisia, he ovat keskimääräistä varakkaampia.



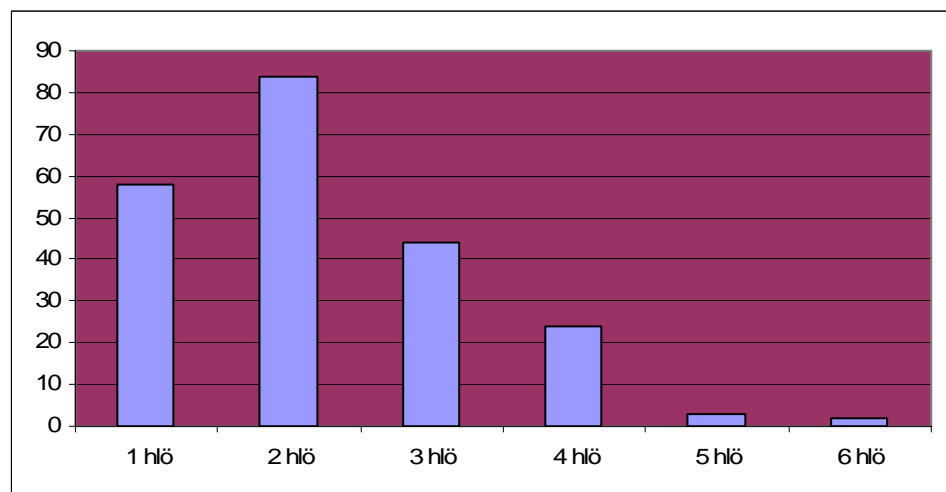
**Taulukko 4** osoittaa taidelainaamoiden asiakkaiden vuosittaiset tulot. On havaittavissa, että taidelainaamoiden asiakkaat ansaitsevat selkeästi keskivertosuomalaista enemmän.

Korkea tulotaso selittyy osittain taidelainaamon asiakkaiden korkealla koulutustasolla. Vastaajista 52 %:lla oli akateeminen koulutus. 23 %:lla vastanneista oli opistotasoinen koulutus ja ammattikorkeakoulututkinto oli suoritettuna 13 % :lla vastaajista. Nämä tosin voidaan katsoa vastaavina koulutuksina, sillä ammattikorkeakoulut ovat aloittaneet Suomessa 1991. Siihen aikaan asiakastutkimukseen vastanneista suurin osa on jo suorittanut tutkintonsa. Tällä perusteella ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiksi voidaan katsoa 36 % vastaajista.

Taidelainaamoiden asiakkaista suurin osa asui kahden hengen taloudessa. Vuonna 2008 Suomessa asuntokunnan keskikoko oli 2,09



henkilöä, joten saamani tulos, keskiarvoltaan 2,26 henkilöä taloudessa, korreloi pitkälti yleisen suomalaisen asuntokunnan koon kanssa. (Tilastokeskus 2009) Asiakkaista 97,3 % hankki taidetta taidelainaamoista omaan kotiinsa ja omaksi ilokseen. Jokunen ilmoitti myös hankkivansa taidelahjoja ystävilleen ja tuttavilleen taidelainaamon kautta. Vain kuusi henkilöä eli 2,7 % vastanneista oli ns. ammattiasiakas eli käytti taidelainaamoja työnsä puolesta. Taidelainaamoiden teoksia meni heidän kauttaan lavastuksiin ja rekvisiitaksi TV-sarjoihin, tuntemattoman yhtiön asiakastiloihin ja työhuoneisiin sekä Hämeen taidetoimikunnan tiloihin hankittiin paikallisten taiteilijoiden töitä, joista osa luovutetaan myöhemmin palkintona ansioituneille toimijoille Päijät - ja Kanta-Hämeessä.



**Taulukko 5** osoittaa, että suurin osa asiakastutkimukseen vastanneista asuu kahden hengen taloudessa. Keskiarvo asuntokunnan kooksi oli 2,26 henkeä taloudessa kun se yleisesti Suomessa on 2,09. Yllättävän korkea on myös yhden hengen talouksien lukumäärä, 27 % vastanneista.

Taidelainaamoiden asiakastutkimuksen pohjalta tyypilliseksi taidelainaamoasiakkaaksi muodostuu helsinkiläinen 40–50-vuotias nainen. Hänellä on akateeminen koulutus ja keskivertosuomalaista korkeammat tulot, jotka hän ansaitsee palkkatyöllä. Hän asuu kahden hengen taloudessa ja ostaa taidetta omaksi ilokseen taidelainaamoista. On pääteltävissä, että tähän tyypilliseen kävijäryhmään kuuluva henkilö on hyvin urakeskeinen koulutuksensa ja tulojensa perusteella. Tätä tukee myös hänen ikänsä ja asuntokunnan koko. 40–50 –

vuotiailla todennäköisesti lapset asuisivat yhä kotona, joten mahdollisesti lapsia ei ole lainkaan. Kuitenkin on huomioitava, että tämä peruskävijätyyppi on yleistys tilastojen pohjalta, mutta uskon tällaisen ihmistyyppin olevan ainakin aktiivinen taidelainaamokäyttäjä.

Mielenkiintoista on pohtia, minkälainen ihminen ei käy taidelainaamoissa. Asiakastutkimuksessa saamieni tilastojen pohjalta tyypillinen ei-kävijä on mies, joka on iältään joko yli 60-vuotias tai alle 30-vuotias. Kummatkin ikäryhmät käyttävät taidelainaamoita vähän. Tosin on syytä pohtia, kuinka paljon sähköpostitse tehty asiakastutkimus poisti yli 60-vuotiaita vastaajia, joiden internetin käyttötaidot voivat olla rajallisemmat kuin nuoremmilla vastaajilla. Vuosittaiset tulot ei-kävijällä on alle 25 000 euroa tai alle 15 000 euroa vuodessa ja hän on todennäköisesti työtön tai opiskelija. Hän ei ole kovin korkeasti kouluttautunut, vaan tutkintona on (ainakin vielä) peruskoulu, ammattikoulu tai ylioppilastutkinto.

Kulttuurialalla monissa asiakastutkimuksissa kuvaus osoittautuu melko tyypilliseksi ei-kävijäksi. On aihetta miettiä, kuinka tavoittaa etenkin nuoret miehet, jotka ei normaaleissa arkirutiineissaan kiinnostu tai edes kohtaa kulttuuritarjontaa. Toisaalta taidelainaamokonseptin tunnettuuden lisääminen voisi lisätä opiskelijoiden määrää asiakkaana. Lainaeräveloituksen ansiosta pieni kuukausimaksu taideteoksesta on opiskelija-asunnon viihtyisyyttä ja opiskelijan mieltä parantava hankinta.

Asiakastutkimuksen kohdassa 16 asiakkailta kysyttiin, kuinka usein hän käyttää erilaisia kulttuuripalveluita, kuten käy elokuvissa, kirjastossa, messuilla, konserteissa jne. vuoden aikana. Vaihtoehdot olivat 0-1, 2-4 tai yli 4 kertaa vuodessa. Kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa asiakkaiden intressejä, kävijätyyppejä sekä etsiä markkinointipaikkoja ja – yhteyksiä, joissa potentiaaliset asiakkaat ovat tavoitettavissa.

Kuinka usein käyt...	0-1 kertaa vuodessa	2-4 kertaa vuodessa	yli 4 kertaa <sup>27</sup> vuodessa
...taidenäyttelyssä	14,4 %	43,2 %	42,3 %
...elokuissa	17 %	35,9 %	47,1 %
... urheilutapahtumissa	72,4 %	18 %	9,7 %
... teatteri- ja tanssiesityksissä	19,1 %	50,9 %	30 %
... konserteissa (konsertti- tms. saleissa)	24,1 %	46,8 %	29,2 %
... keikoilla (ravintolat/klubit)	41,7 %	36,6 %	21,8 %
... festivaaleilla	78,7 %	19,9 %	1,4 %
... Messuilla, markkinoilla tai huutokaupoissa	30,8 %	53,4 %	15,8 %
... kirjastossa	10,8 %	15,8 %	73,4 %
...kursseilla tai työpajoissa	66,7 %	19,4 %	13,9 %
Keskiverto	37,2 %	34,1 %	28,7 %

**Taulukko 6** osoittaa taidelainaamoiden asiakastutkimukseen vastanneiden kiinnostuksen kohteita, joiden pohjalta voi kartoittaa niin kävijätyyppejä kuin suunnata markkinointiväyliäkin

Taulukon pohjalta on selkeästi havaittavissa kulttuuritarjonta, joita taidelainaamoiden asiakkaat harrastavat. Selkeäksi kiinnostuksen kohteeksi nousevat taidenäyttelyt, elokuvat, teatteri- ja tanssiesitykset (esittävät taiteet) sekä kirjastot. Vähiten kiinnostusta he osoittavat urheilutapahtumiin sekä kursseille ja työpajoihin osallistumiseen, jotka ovat paikkoja, joista löytyy ns. ei-kävijät. Asiakkaita pyritään houkuttelemaan kursseille ja työpajoihin, kuten esimerkiksi Tampereella suunnitelluilla yrityspaketeilla. Mikäli tämä markkinointikeino käynnistyy kunnolla, voi jo vuoden päästä vastaavassa kysymyksessä prosenttijakauma olla toinen.

Mielenkiintoista on myös havaita, että asiakkaina on henkilöitä, joilla on selkeästi yli kymmenen teosta hankittuna taidelainaamosta. Täten yhdeksi, vaikkei kovin laajaksi, kävijätyypiksi muodostuu keräilijät. Moni asiakas pitääkin taidelainaamoja talousystävällisenä keinona hankkia taidetta kotiinsa, miksei ihan kokoelmiksi asti. Etenkin nykytaiteen keräilyyn taidelainaamot ovat aitiopaikka tutustua

taiteilijoiden tuotantoon ja luoda myös lainaamon kautta heihin kontaktia. GalleriaKONEen Sirpa Taulu huomautti oivaltavasti, että taidelainaamoiden kautta pääsee parhaiten tutustumaan alueelliseen taiteeseen. Taidelainaamoissa on esillä paikallisen taiteilijayhdistysten jäsenten töitä monipuolisesti. Harvemmin paikallisissa gallerioissa on kerralla nähtävissä teoksia niin laajalta otannalta. (Haastattelut Sirpa Häkli 22.9 2009, Sirpa Taulu 25.9 2009)

Keräilijät oletettavasti ovat itse melko aktiivisia taidelainaamoissa kävijöitä ja seuraavat taidemaailmaa oma-aloitteisesti. Heidän intressejään palvelisi tiedottaminen taidelainaamojen ”uutuustöistä” ja uusista taiteilijoista, kuten HTS:n Taidelainaamon internet-sivuilla jo tehdään. Nykytaiteessa uudet taiteilijat ovat kiinnostavia, koska he muokkaavat alati elävää taidekenttää kohti tulevaisuutta ja uusia suuntauksia. Keräilijän kannalta uusien taiteilijoiden teosten hankkiminen on mielenkiintoista, sillä teosten arvo saattaa nopeastikin nousta merkittävästi. Tällaisen teoksen omistaminen on kannattavaa taloudellisesti, mutta myös omistajastatusta ajatellen. Sosiaalista arvoa saa omistamalla jonkin huipputaiteilijan varhaistuotantoa. Tietenkin nykytaidetta ostaessa on riski, että taiteilija jää unohduksiin eivätkä teokset ole kovinkaan arvokkaita. Käsittääkseni keräilijä varmasti nauttii myös tästä uhkapelistä taidesijoituksissaan.

Taidelainaamoilla on muitakin kävijätyyppejä kuin peruskävijä ja keräilijä. Asiakastutkimukseen oli vastannut selkeästi suurperheellisiä henkilöitä. Yleisesti markkinataloudessa perheenäideillä on suuri ostopäätösvoima ja markkinointia on hyvä suunnata heille. Esimerkiksi Taiteilijaseurojen painottama taidekasvatus on tehnyt lapsista taidetietoisia. Ei olisi mahdoton ajatus jatkaa tätä taidekasvatusta markkinoimalla taidelainaamoja perheille. Lasten ja toki vanhempienkin lempiteokset ovat kotona nautittavana arkielämässä. Taiteesta muodostuu lapselle luontainen ja kynnyksetön kulttuurinala eikä lainaamokonseptin

ansiosta ole mikään ongelma vaihtaa kodin teoksia jos haluaa vaihtelua kasvuympäristöönsä.

Kävijätyypeistä voisi erottaa myös hyvin pienen ryhmän eli matkailijakävijät. Taidelainaamoiden valikoiman alueellisuutta on hyvä korostaa ja näin herättää matkailijoiden keskuudessa kiinnostus paikallistaiteeseen. Toki monien taidelainaamoiden yhteydessä toimivat galleriat ovat merkittävä vetonaula matkailijoille. Haasteellisin kävijätyyppi on tietenkin ei-kävijä joka nimensä mukaisesti ei käy eikä välttämättä edes tiedä taidelainaamoista. Tämä ryhmä tulee varmasti olemaan aina olemassa, mutta toivottavasti pienenemässä määrin. Koska asiakastutkimus suunnattiin jo valmiille asiakkaille, ei vastanneista kukaan ollut ei-kävijä. Kuitenkin nämä kävijät on löydettävissä tutkimuksessa niiltä osin mitä vastaajat eivät olleet tai mitkä asiat heitä ei kiinnostaneet.

#### 4. 2 Taidelainaamoiden asiakkuus

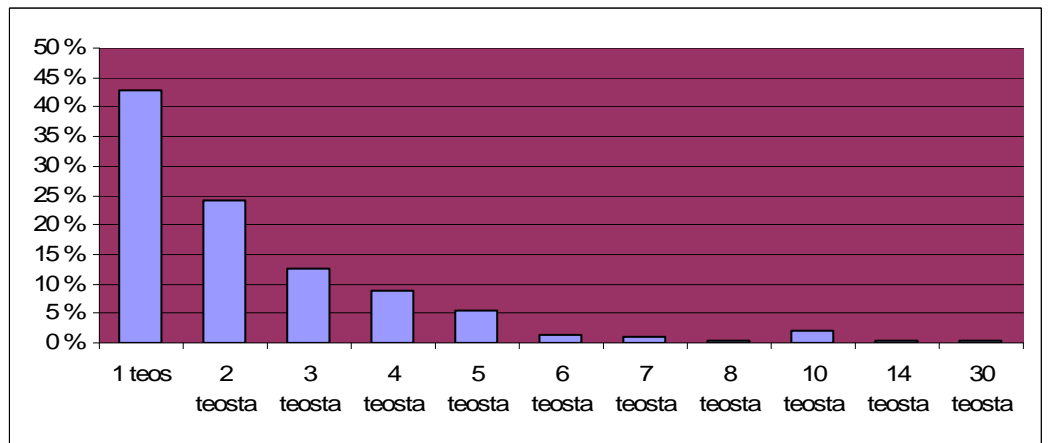
Taidelainaamoiden asiakastutkimuksessa selvitin eri kävijäryhmien tapoja käyttää taidelainaamoiden palveluja ja minkälainen asiakassuhde heillä on taidelainaamoihin. Taidelainaamoiden asiakastutkimukseen vastanneista taidetta kotiinsa osti 89,1 %. Kysymys sinänsä oli typerä, koska lainaamoiden asiakkaathan nimenomaan ostavat taidetta ja aiemmissä kysymyksissä oli jo vahvasti käynyt ilmi, että suurin osa asiakkaista on nimenomaan yksityisasiakkaita.

Jonkin taide- tai kulttuuriyhdistyksen jäseneksi ilmoittautui 18,6 % vastaajista. Suomi on tunnetusti yhdistysten luvattu maa, minkä takia oli yllättävää, että vain alle viides vastaajista kuului kulttuuri- tai taideyhdistykseen. Toisaalta tämä on mielestäni hyväkin, sillä taidepiirejä pidetään pieninä ja usein samat ihmiset sekä tekevät että kuluttavat taidetta. Tämän vastauksen perusteella olettamukseni on

stereotyyppinen. On positiivista, että taidetta kuluttavat ihmiset, joille se ei ole monissa elämän osa-alueissa hallitseva tekijä.

Kysyttäessä kuinka usein asiakastutkimukseen osallistuneet asioivat taidelainaamossa 52 % vastanneista ilmoitti käyvänsä 1-2 kertaa vuodessa. 3-5 kertaa vuoden aikana taidelainaamoissa kävi 32 % asiakkaista. 6-10 kertaa vuodessa kävi 10 % vastanneista, 10- 15 kertaa ja yli 15 kertaa vuodessa kävi kumpaakin 3 % asiakastutkimukseen osallistuneista. Pääsääntöisesti voidaan katsoa että asiakkaat käyvät taidelainaamossa 1-2 tai alle 5 kertaa vuodessa. Tosin käyntikertoja on hyvä suhteuttaa, koska kaikkien tutkimukseen osallistuneiden taidelainaamoiden yhteydessä toimii myös galleria. Lisäksi HTS: n Taidelainaamo on osa kirjastorakennusta, vaikkakin toimii siellä itsenäisenä Helsingin taiteilijaseura ry:n nimissä kirjaston toimiessa Helsingin kaupungin alaisuudessa. On vaikea määrittellä, ovatko vastaajat laskeneet käyntikertoihinsa vain määrätietoisesti ainoastaan taidelainaamossa asiointinsa vai onko käyntikertojen joukossa itse asiassa gallerioiden näyttelyvierailuja tai kirjastokäyntejä. Toisaalta tutkimuksen osoittamat tulokset vaikuttavat melko realistisilta, sillä harvemmillä taideteoksen lainaaminen tuskin on joka kuukautinen harrastus.

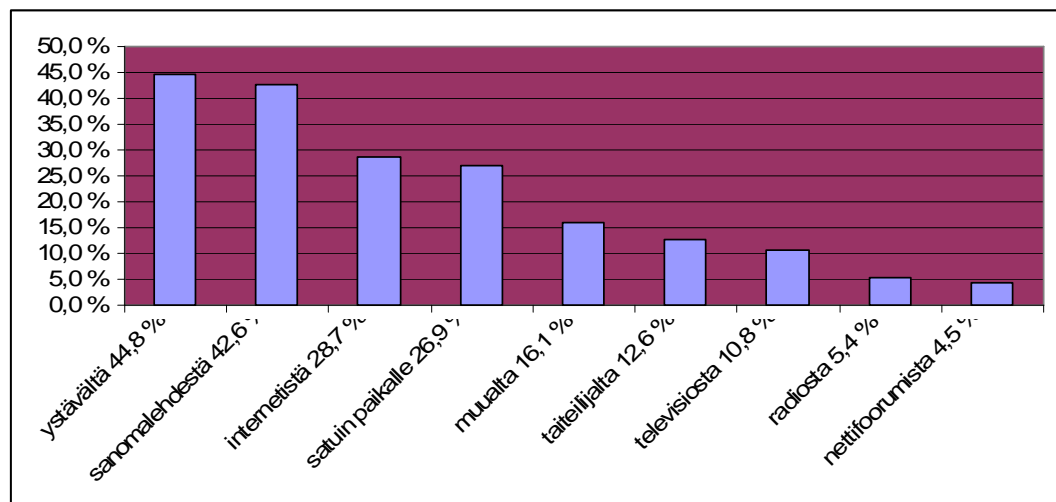
Käyntikertojen määrää tukee myös asiakastutkimuksessa saadut tulokset asiakkaan lainaamien teosten määrästä. Selkeästi suurimmalla osalla (43 %) vastaajista oli lainaamosta 1 teos. Jokaista vastausta tähän kysymykseen oli vaikea tilastoida, sillä kysymys kyselylomakkeessa oli avoin ja vastauksia tuli eri tavoin ilmaistuna. Jotkut ostivat teoksen ”aina käydessään”, mutta epäselväksi jäi kuinka usein näin käy. Toiset ostivat ”kerralla useita” ja eräs hankki teoksia ”kymmenen kertaa vuodessa työpaikkansa käyttöön”. Kuitenkin on tyypillistä, että asiakkaalla on taidelainaamosta yksi teos ja käyntikertoja 1-3 vuodessa. Markkinoinnin kannalta olisi hyvä pohtia keinoja, joilla asiakkuus olisi jatkuvampaa ja asiakassuhde vakinaistuisi



**Taulukko 7** osoittaa montako teosta asiakastutkimukseen vastanneilla oli ostettuna tai lainassa taidelainaamosta

#### 4.3 Taidelainaamoiden asiakasryhmien tavoitettavuus

Taidelainaamoiden asiakkuutta tutkiessa oleellista on kartoittaa, miten asiakassuhde on syntynyt. Se on tarpeen myös pohtiessa erilaisia markkinointikeinoja. Asiakastutkimuksessa vastaaja merkitsi annetuista vaihtoehdoista kaikki, joita kautta hän on kuullut taidelainaamoista.



**Taulukko 8** kuvaa väyliä, mitä kautta asiakkaat ovat saaneet tietoa taidelainaamoista

Selkeästi on nähtävissä, että tieto taidelainaamoista on levinnyt ns. puskaradion kautta ystäviltä tai aivan sattumalta. Medioista

sanomalehdet ja internet nousevat merkittävimmitse tiedonvälittäjiksi. Hieman epäselväksi tutkimuksessa jää, että miten internetin välityksellä lainaamotoiminta on tullut tutuksi. Voisi arvella, että taiteesta kiinnostuneille ihmisille taiteilijaseurojen internetsivut on oleellinen tiedonvälittäjä. Varsinaisia internetmainoksia taidelainaamot ovat harrastaneet vähän. Nettifoorumeiden osuus 4,5 % vastauksista on matala, joten myöskään se ei ole oleellinen tiedonlevitysväylä. Internet kuitenkin on oleellinen työkalu lainaamotoimintaan tutustuessa, sillä moni asiakkaista syventää tuntemustaan toimintaan ja teosvalikoimaan sen kautta. Internetaiheeseen palaan tarkemmin analysoidessani taidelainaamotoiminnan kehittämistä.

Moni oli kuullut taidelainaamotoiminnasta muualta kuin tutkimuksessa annetuista vastausvaihtoehdoista. Muista väylistä, jotka asiakkaat ilmoittivat avoimella vastauksella, yleisimmiksi nousivat perheenjäsenet. Tutkimuksen kannalta tämä vain lisää puskaradion merkittävyysprosenttia. Oleelliseksi vastausryhmäksi kohdassa muut nousivat myös aikakausi- ja sisustuslehdet. Myös kirjaston kautta tieto taidelainaamoista on levinnyt paljon, minkä luulen pitkälti tarkoittavan HTS: n Taidelainaamon tiivistä yhteistyötä Rikhardinkadun kirjaston kanssa. Jokunen vastaajista oli tutustunut lainaamoihin työnsä kautta. Epäselväksi tosin jää, mikä heidän työpaikkansa on ja miten taidelainaamot ovat siellä nousseet esillä. Mahdollista on esimerkiksi Tampereella taiteilijaseuran välittämät näyttelyt yrityksiin taidelainaamon teoksista.

Vain yksi vastaaja on kuullut taidelainaamoista tapahtumien ja tempausten kautta. Hän on vastannut kuulleen *”Tampereen taiteilijat ry syksyn tapahtumasta, jossa voi kiertää eri taidenäyttelyissä”*. Kenties tämän pohjalta voi päätellä, ettei Helsingin taidebussi tai taidelainaamoiden messu- ja tapahtumaosallistumiset ole luoneet uusia asiakaskontakteja. Toisaalta ne ovat juuri markkinointikeinoja, joilla tavoitetaan ei-kävijöitä, uusia keräilijäasiakkaita sekä erityisesti



levitetään tietoa konseptin olemassaolosta. Mikäli tutkimukseni otanta olisi käsittänyt muitakin vastaajia kuin valmiit asiakkaat ja olisin mitannut täten konseptin tunnettuutta, voisi tapahtumat ja tempaukset olla merkittävämmässä osassa. Niiden myötä taidelainaamokonsepti tulee ihmisten tietoisuuteen. Seuraava askel on, kuinka saada he asiakkaiksi. Tietoisuuden taidelainaamoiden olemassa olosta lisääminen on myös oleellinen osa lainaamoiden kehittämistyötä. Ilman tätä tietoisuutta ei synny uusia asiakaskontaktejakaan.

Asiakastutkimuksen asiakkuusosuudessa kartoittuvat nykyisten asiakkaiden toimintatavat. Osuuden myötä löytyy tietynlainen realismi joistakin lainaamotoiminnan osa-alueista. Koska suurin osa asiakkaista omisti vain yhden teoksen lainaamosta tai asioi siellä 1-2 kertaa vuodessa, voisi päätellä, että lainaamoiden olisi hyvä panostaa asiakassuhteen jatkuvuuteen ja ylläpitoon. Ajatellen, että asiakas on tekemisissä noin 20 kuukautta kuukausittain taidelainaamon kanssa suorittaessaan lainaerää, lainaamo on hänen ajatuksissaan. Asiakas ei olisi vaikeasti tavoitettavissa ja uudelleen houkuteltaessa lainaamoon, mikäli hän saisi henkilökohtaisia huomionosoituksia lainaamosta asiakassuhteen aikana. Osoituksena tästä uskon olevan jo tämän opinnäytetyön ja saamani runsaan vastausmäärän. Ihmiset reagoivat taidelainaamoilta saamaansa sähköpostiin ja ovat innokkaita ja idearikkaita auttamaan sen kehittämisessä. Tutkimukseen vastanneista moni toivoi tietoa taiteilijaseurojen näyttelyistä ja muusta toiminnasta. Asiakkaiden tiedottamisen suhteen oli suuria eroavaisuuksia Helsingissä, Tampereella ja Hämeenlinnassa.

*”... Ensimmäinen tunne tilaan astuessa oli että ”voi ei- varmasta paljon mieleistä taidetta mutta eihän noita jaksa penkoa”. Muuten idea taidelainaamoista on loistava ja löysin kuitenkin kaottisen omaisesta lainaamosta kaksi mieleistäni työtä. Toivottavasti varoja löytyisi kehittää toimintaa! Kiva kun kysytte asiakkaiden meilipidettä.” (vastaaja-23414499)*

Vakinaisen asiakassuhteen luomiseksi taidelainaamot voivat käyttää monia eri keinoja. Esimerkiksi HTS:n Taidelainaamo lähettää kutsuja näyttelyihin ja muihin tapahtumiin asiakasrekisterin jäsenille. Tampereella näin ei ole mahdollista tehdä resurssien takia, sillä näyttelyavajaisten tarjoilut yms. hoitaa taiteilija itse ja on kohtuuttoman hintaista taiteilijalle, että avajaisvieraiden määrä tuplattaisiin kutsujen lähettämällä kaikille asiakkaille. Tosin Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamon saadessa sähköpostilistansa kuntoon, on se oivallinen väline tiedottaa näyttelyistä ja tapahtumista.

Sähköpostitse tiedottamisen myötä asiakkaiden tietoisuus toiminnasta pysyy yllä ja varmasti myös monipuolistuu, mikä pitää heidät aktiivisina seuraamaan toimintaa ja myös tulemaan taidelainaamoon useammin. Toki sähköpostia tehokkaampi markkinointiväline voi olla esimerkiksi postitse tuleva asiakaslehti tai tiedote, mikä kuitenkin toteutukseltaan ja postitukseltaan vaatii enemmän resursseja kuin sähköpostin lähettäminen. Kuitenkin asiakas huomioitaisiin henkilökohtaisemmin. Mikäli taidelainaamot tekevät tulevaisuudessa valtakunnallista yhteistyötä, voi lehti olla valtakunnallinen ja käsittää kaikkien Suomen taiteilijaseurojen (sisältäen taidelainaamot, galleriat ja muun toiminnan) tapahtumat ja uutiset. Tällainen lehti voisi lisätä taidelainaamoissa myös ns. matkailija- ja turistikävijöitä.

Markkinointiin ja tiedottamiseen panostamisen tarve heijastuu myös asiakkaiden tiedonkulussa taidelainaamojen olemassaolosta. Asiakkaat ovat löytäneet taidelainaamot ystävien neuvosta tai internetin tietotulvasta. Koko konsepti olisi aivan eri mittasuhteissa, mikäli mainostamiseen panostettaisiin.

*”Ihmiset eivät tiedä, että on mahdollista hankkia taidetta ns. osamaksulla. Sitä pitäisi mainostaa esim. paikallislehdissä toistuvasti. Kertoa, että se on edullista ja teos on mahdollista palauttaa jos se ei vaikka sovikaan kotiin. Sen lisäksi Hämeenlinnan Taidelainaamon tilat ovat hankalasa paikassa, jonne ihmiset eivät helposti löydä. Sitä tulisi*

*mainostaa myös. Onneksi on Facebook ja kutsut tulevat sähköpostiin ja postilaatikkoon.” ( vastaaja -23530581)*

*”Kaikki, joille olen toiminnasta kertonut, pitävät sitä erinomaisena konseptina. Kuitenkin toiminnan tunnettuus on ainakin omassa lähipiirissäni kovin heikko. Eri paikkakunnilla toimivat lainaamot voisivat tehdä markkinointiponnisteluissa yhteistyötä, jolloin kustannukset jakaantuisivat pienempiin osiin, mutta konseptin tunnettuuden nostaminen hyödyttäisi kaikkia tasapuolisesti. Ehkäpä jonkinlaisen kattobrändin luominen voisi kantaa hedelmää?” (vastaaja -23111705)*

*”Tempaukset on hyviä ja tilaisuudet jolloin teoksia on esillä enemmän muussakin tilassa (Tampereen lainaamo on ahdas ja teoksien läpikäyminen vaivalloista). Tällaiselle on kysyntää muulloinkin kuin joulun alla.... Henkilökuntaa on oltava tarpeeksi paikalla ja sen on oltava myyntihenkistä taiteesta jotain tietävää (ei näyttelyvalvojan vastuulla kuten Tampereella normaalipäivinä). ENEMMÄN MAINONTAA TIEDOTUSVÄLINEISSÄ. SISUSTUSLEHDET YMS JA MIKSEI VAIKKA RAUTAKAUPOISSA JOISSA KODIN REMONTOIJAT TAPAAVAT KÄYDÄ.” (vastaaja-23117062)*

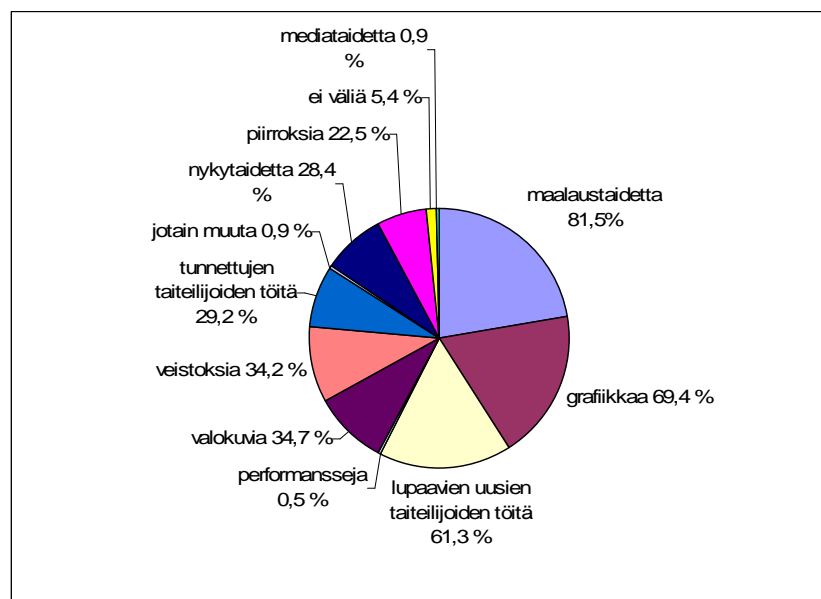
Asiakastutkimukseen vastanneilla on paljon erilaisia ideoita tavoittaa suurempia asiakasryhmiä. Kuten edellisistä sitaateista voi tulkita, yksittäisen taidelainaamon resurssit eivät riitä hyödyntämään konseptia sen kaikkine mahdollisuuksineen. On muistettava, että taidelainaamot toimivat yhdistyspohjalta, joten toiminnan kehittämisessä on oleellista ensin kartoittaa nykytilanne ja mihin sen nimissä pystytään kehittymään, akuuteimmat ja tehokkaimmat kehitystoimet sekä oleellisena näen verkostoitumisen toisten lainaamoiden kanssa. Aiemmin jo useasti mainittu kattobrändi tehostaisi ja yhtenäistäisi lainaamojen tunnettuutta valtakunnallisesti.

#### 4.4 Taidelainaamoiden teosten hinnanmuodostus

Asiakkaiden hankkimien teosten määrää pohtiessa alkaa miettiä myös teosten hintoja. Taiteilijathan määrittävät itse teostensa hinnat ja taidelainaamot ottavat välitysprovision, joka on noin 30 % hieman

paikkakunnittain vaihdellen johtuen taidelainaamon toiminnan suuruudesta. Uusi arvonlisävero koskee nykyään myös suurimpia taidelainaamoita. Taidelainaamoiden välitysprovisioon sisältyy 22 % arvonlisävero. Mikäli taiteilija kuuluu arvonlisäveron piiriin, hänen teoksiensa hintaan kuuluu 8 % arvonlisävero. Taidelainaamon kautta teoksen ostettaessa taiteilija maksaa 8 % arvonlisäveron lainaamolle, joka tilittää sen verottajalle. Asiakas siis maksaa aina 8 % arvonlisäveroa taidelainaamon kautta teoksia lainatessaan, mikäli taiteilija vain kuuluu arvonlisäveron piiriin. Mikäli hän ei kuulu, ei teoksista makseta veroa. (hastattelut Sirpa Häkli 22.9 2009, Sirpa Taulu 25.2009, Häkli 26.10 2009)

Asiakas kuitenkin harvemmin pohtii hinnan muodostumiseen vaikuttaneita tekijöitä, vaan hintaa itseään. Tämän takia esimerkiksi Tampereen taidelainaamossa on todettu grafiikan myyvän paljon halvan hinnan takia. Kuitenkaan alhainen hinta tuskin on määrittelevä ostokriteeri lainaeräkäytännön takia. Taidelainaamoiden hoitajat pitivät melko yksilöllisenä, millä perustein asiakkaat ostopäätöksensä tekevät. Monella on jo lainaamoon tullessa usein joku taiteilija mielessä tai he ovat internetin kautta tutustuneet tarjontaan. Näin he tulevat hakemaan tiettyä taulua jo etukäteen.



**Taulukko 9** kuvaa minkälaisia teoksia asiakkaat ovat kiinnostuneita ostamaan

Jokaisen kaupungin taidelainaamossa kerrottiin olevan myös ns. tähtitaiteilijoita, joita kysytään paljon ja jotka myyvät paljon. HTS:n Taidelainaamolla on myös varausjono joidenkin taiteilijoiden tuleville töille. Tällaisia taiteilijoita on mm. sarjakuvataiteilijana tutuksi tullut Katja Tukiainen maalauksillaan sekä esimerkiksi kesällä 2009 suosioon noussut Pekka Parviainen. Parviainen valittiin Salmelan taidekeskuksessa nuoreksi taiteilijaksi, jonka jälkeen suurin osa hänen teoksista myytiin Salmelassa. Tämän jälkeen ihmiset ovat tulleet kyselemään Rikhardinkadun taidelainaamosta hänen töitään ja myös jonotuslista on muodostunut. Tampereen taidelainaamossa suosittuja taiteilijoita ovat mm. Päivi Somppi, Helmi Koiviola ja Virve Lilja. Projektikoordinaattori Katri Heinäsen mukaan he ovat aktiivisia hahmoja Tampereen taiteilijaseuran taidelainaamotoiminnassa ja teokset ovat kysytyjä ja täten myös vaihtuvuus hyvä. Näiden taiteilijoiden teosten aiheet ovat konkreettisia ja helposti ymmärrettäviä, mikä varmasti vaikuttaa myös myyntiin. Toisaalta Tampereella pohdittiin, toisiko rajumpien töiden saaminen lainaamon tarjontaan laajempaa asiakaskuntaa. ( Haastattelut Sirpa Häkli 22.9.2009, Katri Heinänen 25.9 2009)

*” Lisää rohkeutta valikoimiin. Liikaa näkee toritaiteen tasolle jääviä teoksia, missä on rohkea, nuorten nousevien tekijöiden nykyaide?” (vastaaja-23511117)*

HTS:n Taidelainaamonhoitaja Sirpa Häkli vertaa taidemarkkinoita siinä missä muutakin kaupankäyntiä yritysmaailmaan. Taiteilijan teosten arvo nousee ansaittujen palkintojen tai pidettyjen näyttelyiden (huomioiden myös gallerian arvostettavuus) mukana samoin kuin työntekijän palkka nousee aiemman työkokemuksen ja ansioiden myötä. Myös taiteilijan julkisuus nostattaa teosten arvoa, mutta julkkistaiteilija ei ole ainoa leiville lyövä tie, sillä paljon on etenkin kansainvälistä arvostusta mm. näyttelyidensä ja palkintojensa ansiosta nauttavia taiteilijoita, joiden teoksilla on arvokas myyntihinta, vaikka

taiteilijat eivät aikakauslehtien sivuilta tunnettuja olisikaan. (Haastattelu Sirpa Häkli 22.9 2009)

Mielenkiintoista taidemaailmassa on hinnanmuodostumisen ja asiakkaan välinen suhde. Samaa teosta ei toinen arvosta yhtään, toinen voi olla valmis maksamaan siitä paljonkin. Vaikka kaikki taideteokset ovat uniikkeja, mikä vaatii tietynlaista itsevarmuutta ostopäätöstä tehdessä, on massojen mielipide silti ratkaiseva tässäkin hinnanmuodostuksessa. Mitä suurempi määrä ihmisiä pitää taideteoksesta, sitä korkeammaksi hinnan voi määrittellä. Toisaalta mitä arvokkaampi teos on, sitä suppeammaksi potentiaalinen ostajajoukko karsiutuu. Tämä toisaalta selittää taiteen ostajien korkean tulotason. Varakkaammat ihmiset ostavat ja keräävät taidetta jonkin verran enemmän kuin keskituloiset. Hyödykkeiden maailman arvottamisessa taide ei täten ole yleisesti ensimmäinen ostettava ylellisyshyödyke. (Laitinen-Laiho 2004, 19)

Monien keräilijöiden kohtalona on ollut, että ensin taidetta ostetaan oman statuksen ja yhteiskunnallisen aseman tueksi. Kuitenkin rakkaus taiteeseen kasvaa nopeasti ja keräilyyn jääkin koukkuun. Intohimo taiteeseen nousee sosiaalisia tekijöitä merkittävämmäksi syyksi taiteen keräilyyn. Onhan taide- ja kulttuurinautintojen todettu monissa yhteyksissä kasvattavan ihmisen fyysistä ja psyykkistä hyvinvointia ja elämänlaatua. (Laitinen-Laiho 2004, 19) Vaikka taidelainaamoissakin asioi ensisijaisesti varakkaita asiakkaita, konsepti mahdollistaa saman nautinnon kaikentuloisille.

Asiakastutkimuksen kysymykseen, minkä arvoisia teoksia asiakkaat lainaamoista ovat hankkineet, keskiarvoksi nousi hintakategoria 201–700 €. Tosin kyselylomakkeeseen oli jäänyt virhe ja vastausvaihtoehto 701- 1000 € puuttui kokonaan, mikä kyseenalaistaa saamieni vastausten uskottavuuden kokonaan. Ehkä tuloksia on paras yleistää ja todeta, että alle 1000 € teoksia lainataan eniten. Tosin Virran opinnäytetyössä taidelainaamo A:n hoitajan mukaan ”1 600 €

on tyypillinen kipuraja, sitä kalliimmat työt menevät harvemmin kaupaksi tai lainaksi”. (Virta 2009, 11) Taidelainaamoiden asiakastutkimuksessa 73,6 % vastanneista piti taidelainaamoiden teoksia kohtuuhintaisina, mikä kuvaa tyytyväisyyttä nykyiseen hintatasoon.

Toisaalta teosten kokonaishinta ei ole kovin kiinnostavaa lainaamotoiminnan kannalta, sillä taiteilijat määräävät hinnan. Lainaamoiden kannalta oleellisempaa on, että osamaksut tulevat maksetuksi kuukausittain ja lainaustoiminta on jatkuvaa. Toki mitä arvokkaamman teoksen asiakas lainaa, sitä suurempi on myös lainaamon saama kuukausittainen tulo. Esimerkiksi Tampereen taidelainaamossa minimikuukausimaksu 201 - 700 € arvoisista teoksista on 20 € ja 701 – 1000 € arvoisista 30 €. 1501- 1800 € hintaisista teoksista minimimaksu on 50 € kuukaudessa. Monet taidelainaamot saavat rahoitusta toimintaansa lainaamotoiminnan lisäksi kunnilta ja valtioilta. Avustusten suuruus vaikuttaa siihen, kuinka suuren provision kukin lainaamo ottaa teoksien lainaamisesta tai ostamisesta. Taiteilijoille tilitykset lainatuista teoksista taidelainaamot tekevät kaksi kertaa vuodessa. (Tampereen taiteilijaseura ry 2009, Virta 2009, 11)

*“Keep up the good work! Edullisempia töitä tarjolle.”*  
(vastaaja-23425788)

*”Vähittäismaksukäytäntö houkuttelee kalliimpien töiden hankintaan kuin käteiskauppa. Mielikuvani on yksinomaan positiivinen.”* (vastaaja-23614421)

## 5. TAIDELAINAAMOTOIMINNAN KEHITTÄMINEN ASIAKASTUTKIMUSTULOSTEN POHJALTA

Taidelainaamotoiminnan ja – konseptin kehittämisen kannalta nykyiset asiakkaat ovat kenties arvokkaimpia arvioitsijoita. Heillä on kokemusta nykyisestä toiminnasta ja täten myös näkemyksiä sen hyvistä ja huonoista puolista hyvin käytännönläheisesti. Asiakastutkimuksessa pyrittiin saamaan heiltä vinkkejä ja näkemyksiä mahdollisimman monilta toiminnan osa-alueilta.

Asiakastutkimukseen kuului erilaisia väittämiä taidelainaamoissa asioimisesta. Vastausvaihtoehtoina väittämiin oli kyllä, ei sekä en osaa sanoa. Väittämään numero 19 ”Mielestäni taidelainaamon teokset vaihtuvat tarpeeksi usein” 38,7 % vastasi kyllä, 10,8 % ei ja 50,5 % ei osannut sanoa. On ymmärrettävää, että puolet vastanneista ei osannut väittämään vastata ajatellen, että suurin osa asiakkaista käy taidelainaamossa 1-2 kertaa vuodessa. Tällä aikavälillä teokset varmasti ovat vaihtuneet tarpeeksi, jotta uutta lainattavaa on tarjolla. Tällöin vastaus voisi yhtä hyvin olla kyllä, koska jokaisen asiakkaan on toki arvioitava vastauksensa omien tarpeidensa mukaisesti. Toisaalta ihmisillä on näkemyksiinsä niin erilaisia perusteitä, ettei analysointini pysy kovinkaan validina mikäli lähdän vastausperusteiden taustoja liikaa arpomaan. Täten on hyväksyttävä, ettei kysymykseen nouse selkeää vastausta ei osaa vastata – vastauksen runsaan määrän takia.

*”...Olisi ehkä myös hyvä idea, että yhtäjatkoisesti pitkään taidelainaamossa olleet taulut (esim. 2 v tai 1 1/2 vuotta) palautuisivat taiteilijalle. Nämä voitaisiin ottaa takaisin valikoimaan esim. 1 vuoden tauon jälkeen --> teosvalikoima vaihtuisi ja lainaamossa olevat taulut pääsisivät paremmin esille.” (vastaaja -23418264)*

*”valikoiman vaihtuvuus tärkeää, erilaisia töitä tarjolla esim valokuvia erittäin vähän jos ollenkaan” (vastaaja-23492779)*



*”Nykyinen paikka Hämeenlinnassa on erinomainen, vaikkakin valikoima on vähän pieni tilasta johtuen.”  
(vastaaja-23745213)*

*”Ainahan valikoimia voisi laajentaa...” (vastaaja-23258093)*

Väittämään 20 ”Mielestäni taidelainaamon aukioloajat ovat hyvät” 78,8 % vastasi kyllä. Ei- vastauksia oli 10,8 % ja en osaa sanoa – vastauksia 10,4 %. Täten aukioloaikoihin oli tyytyväisiä selkeästi suurin osa vastaajista. HTS:n Taidelainaamo on kesäaikaan avoinna tiistaista perjantaihin kello 12–18 ja lauantaisin ja sunnuntaisin kello 12–16. Talvisin se on suljettu viikonloput. Hämeenlinnan GalleriaKONE tiistaista perjantaihin kello 11–18 ja lauantaisin ja sunnuntaisin kello 11–17. Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamo on auki myös maanantaisin eli maanantaista torstaihin kello 12–18 ja perjantaista sunnuntaihin kello 12–16. Aukioloajat kaikissa näissä taidelainaamoissa ovat suhteellisen yhtenäiset ja vastaavat useiden gallerioiden ja museoiden aukioloaikoja. Kuitenkin vastanneiden keskuudessa toivottiin myös aikaisempia aukioloja.

*”Aukioloajoissa voisi olla 1-2 pvää vkossa sellaisia, jolloin lainaamo aukeaisi ennen klo 12:sta, esim. klo 9?”  
(vastaaja-23174191)*

*”Lainaamo voisi avautua jo klo 10 tai 11. Itse käyn lainaamossa lounasaikana, klo 12 on jo hieman myöhäinen aika minulle.” (vastaaja-23414691)*

*”Toivoisin että aukioloaikaa tulisi muutos niin että lauantainakin taidelainaamo olisi auki. Arki- aukioloajat ovat työssä käyvälle, muualla kuin keskustassa asuvalle/työskentelevälle, hakalat. Arkenakin voisi myös vaikka yhtenä päivänä viikossa pidentää aukioloaikaa. Tai pitää vaikka maanantai suljettuna ja lauantaina auki.”  
(vastaaja-23414499)*

*”Yrityskutsujen järjestäminen -kun ei avoinna muulle yleisölle. Aamutilaisuus -iltatilaisuus...jne”  
(vastaaja-23415147)*

Väittämään 21 ”Mielestäni taidelainaamoon on helppo mennä sisälle” vastasi 95,5 % kyllä. Ehkä hieman vaikeasti aseteltu kysymys aiheutti kahdenlaista mielikuvaa, onko psyykkinen kynnys lainaamotoimintaan osallistumiselle korkea tai tarkoitetaanko kysymyksellä tilojen esteettömyyttä. Kenties korkea kyllä - vastausprosentti vastaa tavallaan molempiin kysymyksiin.

*”Öljyvärin tuoksu, mukasti kirjava valikoima eri hintaisia teoksia. Muutkin arat uteliaat kuin taiteen harrastajat uskaltavat astua pieneen taidelainaamoon toisin kuin ylevähenkiseen valkoiseen galleraan. Henkilökunta vaikuttaa asialliselta, asiakas on aloitteentekijänä etusijalla. Teoksen voi lainata kotiin ja maksaa osamaksulla, jos se sinne jää. Mahtava asia sekin.” (vastaaja-23465888)*

*” Helposti lähestyttävä, matala kynnys: taide kuuluu kaikille” (vastaaja-23418111)*

*”Superhyviä mielikuvia ja kokemuksia! Loistavaa toimintaa. Kynnys hankkia taidetta lainaamon kautta on kutsuvan matala. Mukavaa nähdä lupaavien uusien taiteilijoiden töitä ja tehdä ”yllätyslöytöjä”. Taidelainausta on mitä parhainta kulttuuritoimintaa!” (vastaaja-23425788)*

Väittämään 22 ”Mielestäni taiteen hankkiminen taidelainaamosta on prosessina helppo” taidelainaamon asiakkaista 96, 4 % vastasi kyllä. Yleinen käytäntö taidelainaamoissa on, että teoksen valittuaan asiakas tekee taidelainaamon kanssa maksusopimuksen, jossa sitoutuu sopimaansa osamaksukauppaan. Teoksen lunastaessaan hän maksaa ensimmäisen erän, jonka jälkeen sovittu määrä kuukausittain. Osamaksukauppa on korotonta. ( Virta 2009, 11)

*”Tamperealaisen lainaamon maksujärjestelmä on mallia vuosisadanalku - teosten kuvat kattavasti nettiin ja maksut nettipankkien kautta.” (vastaaja-23216274)*

*”Ainoa kokemukseni on yhden teoksen lainaaminen Helsingin taidelainaamosta, mutta siihen liittyen prosesseissa ja järjestelmissä olisi ehkä parantamisen varaa (oli ongelmia sähköpostien, laskujen ja printtereiden kanssa). Lisäksi lainatessani teosta luvattiin selvittää yksi asia teokseen liittyen, mutta asiaan ei koskaan palattu taidelainaamon puolelta.” (vastaaja-23415572)*

”Mielestäni taidelainaamoissa on hyvä ja asiantunteva henkilökunta” oli väittämä 23, joka myös sai 84,9 % kyllä - vastauksia. En osaa sanoa vastasi 11,9 % taidelainaamoiden asiakkaista.

*”positiivisia (mielikuvia), Sirpa Taulun ja Hämeenlinnan taidelainaamon ansiosta” (vastaaja-23559836)*

*” Taideteokset ovat (Rikhardinkadulla) tosi hankalasti esillä, enkä löydä etsimääni vaikka tietäisinkin, mitä haen. Auttava henkilökunta on tietysti aina paikalla, mutta olisi kiva tehdä löytöjä itsekin. Olisi myös hienoa, jos voisin vaikkapa netin kautta kertoa, minkä työn haluaisin taidelainaamoon tai kenen nuoren taiteilijan teoksia voisi hankkia ja voisin vaikka tehdä niihin ennakkovarauksen. Lisää vuorovaikutusta lainaajien ja lainaamon välille! En koe, että näyttelyt ovat minua varten. Netin kautta olen tottunut asioimaan muutenkin.” ( vastaaja -23547982)*

*”...Henkilökunta on osaavaa, mutta aina he eivät ehdi vastata, eikä heitä kehtaa koko ajan kysellä. Helsingissä myös parempi jaottelu tauluissa toimisi paremmin. Vaikka se luo kivan tunnelman, että taulut ovat sekaisin ja pinoissa, pelkää sitä mihinkään pinoon koskea, ettei mitään hajoittaisi.” (vastaaja-23520176)*

*” ...Teosvalikoimaan tutustumisen helpottaminen: Paikan päällä tietokoneelta internet-sivuilta kiinnostavien taiteilijoiden teosten selaaminen, jonka jälkeen olisi ehkä helpompaa pyytää jotain tiettyä teosta katsottavaksi. Mutta: tietääkö henkilökunta aina missä mikin teos on?” (vastaaja-23478285)*

Väittämä 24 ”Mielestäni taidelainaamoiden teokset ovat helposti nähtävillä” herätti eniten kritiikkiä. Ei- vastauksia tuli 52,5 % sekä kyllä - vastauksia 40,8 %. Tilojen ahtaus on monissa taidelainaamoissa henkilökunnankin mielestä suuri ongelma. Myös asiakkaiden ehdottamissa kehitysideoissa tähän toivottiin selvästi eniten muutosta. Kysymyksenasettelu sisältää myös internetin ja taidelainaamoissa kuvamappien kautta nähtävät teokset, mikä on vaikuttanut asiakkaiden antamiin vastauksiin.

*” Olen käynyt vain Tampereen taidelainaamossa, tilat olivat huonot, pienet ja teokset olivat huonosti esillä. Tuli "halvan" taiteen tunnelma, kun teokset olivat lattialla ja päällekkäin, jolloin katselu oli huonoa. Löysin sattumalta teoksen sieltä joka oli seinällä, valmiiksi kehystettynä. Ostin sen ja tällöin myyjä kertoi saman taiteilijan töitä olevan "kasassa" lattialla.....kaivettua ne sieltä, ystävättäreni osti myös kyseisen taiteilijan työn.....siis paremmat tilat. Enemmän paikallislehden mainoksia, en muista koskaan lukeneeni esim. Keski-suomalaisesta mainosta Taidelainaamosta. Taidelainaamon toimintatavan kertominen selkeästi mainoksissa, mahdollisuuden ostaa teos itselleen.” (vastaaja-23120601)*

*” Lisää tilaa, Reilusti esille... toi netti tietty hyvä foorumi isommille duuneille, niin ei tarvi olla teosten fyysisesti näytillä..”. (vastaaja-23160244)*

*”Helsingin taidelainaamon tilat ovat viihtyisät, mutta aivan liian pienet! Teoksia on todella vaikea asiakkaan tutkia, varsinkin niitä jotka ovat takahuoneen hyllyissä. Eli tärkein kehitysidea mielestäni: muuttakaa 5 kertaa isompiin tiloihin! Pakkauspaikka pitäisi olla erikseen, nyt kaikki tapahtuu yleisön ja teosten keskellä hankalasti. Toinen idea: teosten lastaaminen autoon nykytilanteessa vaikeaa, aina ei pääse pysäköimään oven eteen. Eli lastauspaikka olisi tarpeen.” (vastaaja-23419020)*

Väittämään 26 ”Mielestäni teosvalikoima on hyvä” vastasi 69,1 % kyllä. Teosvalikoima ainakin määrällisesti on jokaisessa tutkimukseen osallistuneessa taidelainaamossa suhteellisen suuri, joten varmasti mieleinen teos monille valikoimasta löytyy. Ongelmana lienee juuri tilojen ahtauden takia se, että teokset ovat vaikeasti nähtävissä ja taidelainaamossa asiointi vaatii aikaa ja viitseliäisyyttä.

Väittämien perusteella kävi ilmi, että suurimmalta osin taidelainaamon käytännön toimintaan asiakkaat ovat tyytyväisiä. Aukioloajat ovat toimivat, kynnys lainaamoon menemiseen on matala, henkilökunta osaavaa, teokset kohtuuhintaisia sekä teosvalikoima hyvä. Suurimmaksi ongelmaksi koettiin tilojen ahtauteen ja tästä johtuvat hankaluudet teosten katsomisessa. Ongelmaa voisi lieventää suurempien tilojen lisäksi erilaisilla vaihtoehtoisilla

selausmenetelmillä, kuten esimerkiksi videoscreenillä tai taulutelevisiolla. Taidelainaamojen teokset valokuvattaisiin ja teokset pyörisivät slideshowna lainaamossa. Asiakkaat näkisivät teokset vaivattomammin. Vaihtuvat valokuvat valkokankaalla näkyvät Suomen talvessa mainiosti myös ulkoilmassa. Tällainen kiinnittää ihmisten huomion myös erinomaisesti. Täten ei olisi hullumpi idea laittaa kuvat teoksista pyörimään taidelainaamoiden näyteikkunoihin. Ihmiset tutustuisivat lainaamoiden teosvalikoimaan ohikulkiessaan sekä lainaamoiden aukioloaikojen ulkopuolella. Tämä varmasti herättäisi kiinnostuksen taidelainaamotoimintaan, vaikkei se aikaisemmin olisikaan tuttua.

### 5.1 Internet taidelainaamoiden asiakaspalvelussa

Taidelainaamoiden asiakastutkimukseen osallistuneista 72, 1 % oli vierailut jonkin taidelainaamon internetsivuilla. Suurin osa vastanneista oli tutustunut vain oman kotikaupunkinsa taidelainaamon internetsivuihin. Voi päätellä, että internet on suhteellisen keskeinen väline taidelainaamoiden palveluihin ja valikoimiin tutustuessa.

Taidelainaamoiden internetsivuja toimivina ja informatiivisina piti 80,7 % asiakastutkimukseen vastanneista. HTS:n ja Hämeenlinnan GalleriaKONEen taidelainaamoiden internet- sivuilla on aakkosjärjestyksessä taiteilijat, joilta taidelainaamossa lainattavat/ostettavat teokset aukeavat thumbnail- kuvaketta napsauttamalla suurempaan ikkunaan. Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamon internetsivuilla toimintaperiaate on sama, vaikkakaan teokset eivät ole missään järjestyksessä löydettävissä esimerkiksi taiteilijan nimen mukaan.

Asiakastutkimuksessa avoimena kohtana kysyttiin kehitysideoita internetsivuilla ja paljon tulikin toiveita erilaisten hakuperusteiden avulla teosten löytämiseen. Valintakategorioiksi taiteilijan nimen

lisäksi toivottiin esimerkiksi taiteenalaa kuten grafiikkaa, maalauksia, veistoksia yms. Myös tyylliluokitusta kuten poptaide, naivistit yms. toivottiin, mutta käytännössä se voi muodostua todella hankalaksi niin luokitusta tehdessä kuin teoksia sen mukaan etsiessä. Paljon toivottiin nostatusta taidelainaamoiden uutuustöistä, mikä onkin toimintona HTS:n Taidelainaamon sivuilla. Asiakaskäytössä olevia hakukoneita taidelainaamoiden tiloihin toivottiin myös.

*”Helsinkiläisillä on toimiva. ehkä lisänä voisi olla "satunnaiskuva" eli random. Koska välttämättä taiteilijan nimi ei ole ensimmäinen tai tärkein hakukriteeri.”*  
(vastaaja-23241989)

*”Haku -toimintaa voisi kehittää: Selaamisen pitäisi olla vähän nopeampaa ja liikkuminen kuvasarjasta toiseen joustavampaa. Nyt niitä on edettävä sivu kerrallaan. Haun voisi tehdä taiteilijan mukaan, teoksen nimen mukaan, tekotavan mukaan, jopa hintaluokkien mukaan.”*  
(vastaaja-23419595)

Taidelainaamoiden asiakastutkimuksen kysymyksessä numero 18 kysyttiin asiakkaiden kiinnostusastetta erilaisiin kehittämisideoihin taidelainaamoissa. Viidestä ideasta kaksi käsitteli internetsivustoja ” Olisitko kiinnostunut hankkimaan taidelainaamoiden teoksia internetin kautta?” sekä ” Olisitko kiinnostunut tutustumaan taidelainaamoiden teoksiin internetin kautta?” Vastausvaihtoehdot olivat: en osaa sanoa, ei kiinnosta yhtään, kiinnostaa hieman, kiinnostaa, kiinnostaa melko paljon ja kiinnostaa todella paljon. Valitettavasti tässä kysymyskohdassa oli teknisiä ongelmia eivätkä asiakkaat pystyneet vastamaan eri kysymykseen samaa vastausta kuin aikaisempiin kohtiin. Siksi saamani tulos ei ole lainkaan validi, mutta kysymykset ovat oleellisia kehittämisen kannalta. Tämän takia analysoin saamiani vastauksia, vaikkakin niihin on syytä suhtautua hyvin kriittisesti.

*”Huom, kysymys nro 18 "pallot" eivät jääneet paikoilleen, kaikkiin vastauksena on kiinnostaa erittäin paljon.”*  
(vastaaja-23419472)

Olisitko kiinnostunut..	ei osaa sanoa	ei kiinnosta yhtään	kiinnostaa hieman	kiinnostaa	kiinnostaa melko paljon	kiinnostaa todella paljon
<b>...hankkimaan taidelainaamoiden teoksia internetistä</b>	5,1 %	<b>25,4 %</b>	<b>25,4 %</b>	22 %	15,3 %	6,8 %
<b>..tutustumaan taidelainaamoiden teoksiin internetissä</b>	1,4 %	0,7 %	7,8 %	12,8 %	26,2 %	<b>51,1 %</b>

**Taulukko 10** kuvaa kiinnostusta internetin kautta tapahtuviin kehitysideoihin. Tulokset ovat suuntaa antavia, ei tutkimuksellisesti valideja.

Koko taulukosta eniten kiinnostusta herätti taidelainaamoiden teoksiin tutustuminen internetin kautta. Tämä palvelu on jo olemassa taidelainaamoiden internetsivuilla, mutta siihen on selkeästi syytä panostaa entisestään. Hakukriteereiden monipuolistamisen lisäksi asiakkaat toivoivat yleisilmeeseen visuaalisuutta. Moni toivoi myös erilaisia nostatuksia taidelainaamoiden taiteilijoista ja heidän teoksistaan. Internet sivuille voisi valita esimerkiksi kuukauden taiteilijan, joka esitellään sivuilla ja hän voi itse kertoa teoksistaan ja niiden taustoista. Tämä lisäisi asiakkaiden kiinnostusta yksittäistä taiteilijaa kohtaan ja lisäisi heidän nykytaidetuntemustaan.

*” Kun kyseessä on taide, on nettisivujen visuaalisuus on erittäin keskeinen tekijä, johon suosittelisin freesausta. Koska palvelu tähtää ostopäätöksen synnyttämiseen, markkinointihenkisyyttä tulisi niin ikään korostaa. Koska taidelainaamo-konsepti ei monillekaan ole entuudestaan tuttu, valikkorakenteen ja sisällön jäsentämiseen tulisi kiinnittää huomiota. Nykyisessä Galleriassa hyvää on se, että pikkukuvasta saa suurennettua lähikuvan. Hyvänä lisäpalveluna voisi olla haku-palvelu, jonka avulla teoksia voisi hakea eri hakukriteereillä (esim. hintaluokka, taiteilija, öljymaalaukset, grafiikka jne.) Tässä muutamia aatoksia, toivottavasti niistä on teille apua. :)” (vastaaja -23111705)*

*”Artikkeleita taiteesta, keskustelupalsta, enemmän tietoa nykytaiteesta” (vastaaja -23418358)*

*”taidelainaamon kotisivulle ammattijournalistin kirjoittamia taiteilijoiden ”syvähaastatteluja”, videoita, joissa taiteilija kertoo teoksensa, teostensa syntyprosessista.”  
(vastaaja -18931347)*

Taidelainaamoiden asiakastutkimukseen vastanneet kritisoivat internetsivujen päivitystä. Joillekin oli käynyt niin, että internetin mukaan teos on lainattavissa taidelainaamossa, mutta paikalle mentäessä se on jo lainattu muualle. Tällä hetkellä taidelainaamoiden hoitajien on poistettava itse lainatut teokset internetsivuilta. Tutkimuksen internetsivustojen kehitysideoissa asiakkaat ehdottivat varausjärjestelmää internetin kautta. Nykyisin lainaamosta voi varata teoksia sähköpostitse ja puhelimitse. Asiakkaat silti toivoivat, että teoksen voisi varata internetistä ja tulla sitä taidelainaamoon katsomaan. Mikäli teos luonnossakin miellyttää asiakasta, hän lainaa sen. Järjestelmä helpottaisi lainaamon hoitajien työtä sekä parantaisi asiakaspalvelua, mutta se vaatii kokonaan uuden järjestelmän luomista internetsivustoille. Monillakaan yksittäisillä lainaamoilla tähän ei ole rahkeita, mutta kattobrändin myötä esimerkiksi [www.taidelainaamot.fi](http://www.taidelainaamot.fi)-sivustolla se voisi olla toteutettavissa.

*”Sivut voisivat olla vuorovaikutteisemmat, voisi esimerkiksi antaa palatetta kiinnostuksesta jonkun taiteilijan teoksiin, vrt. esim. igglon korvamerkinät taloissa. Voisi antaa lainaamolle osviittaa hankkia joltakin tekijältä lisää töitä. Sivustolla voisi olla myös taiteilijoiden omaa kertomusta teoksistaan.” (vastaaja-23416080)*

Haasteena internetin kautta teosten hankkimisessa on, kuinka teos näyttää internetin kautta mahdollisimman samalta kuin luonnossa. Teosten valokuvaamisessa internetiin onkin tehtävä laadukasta ja harkittua työtä. Myös teosten koon ilmoittaminen internetissä on tällöin oleellista. Asiakastutkimuksessa asiakkaat suhtautuivat melko kyynisesti vain internetin kautta tehtyyn ostopäätökseen, mikä on taulukosta 10 havaittavissa. Kohtaan ”olisitko kiinnostunut



hankkimaan taideteoksia internetin kautta” vastasi yhteensä yli 50 % vastanneista ei kiinnosta yhtään tai kiinnostaa hieman. HTS:n, Tampereen taiteilijaseuran ja Oulun taidelainaamo suunnittelevät tällä hetkellä internetkauppaa taidelainaamoiden nettisivuille. Internetsivut muokataan nettikaupaksi, jossa teoksia voi lisätä ostoskoriin ja maksaa ne internetissä. Valikoimaan kuuluu useamman kaupungin taidelainaamon teokset. Sivuja ollaan vielä rakentamassa, mutta suuntaa antavat tutkimustulokset varmasti auttavat toimivien sivujen kehittämisessä.

## 5.2 Taidelainaamoiden oheispalveluiden kehittäminen

Taidelainaamoiden asiakastutkimuksessa yhtenä tarkoituksena oli saada tietoon asiakkaiden näkemyksiä ja toiveita taidelainaamotoiminnan kehittämiseksi. Erilaisia ideoita tuli kysymyslomakkeen kohdassa 18 esitettyjen kiinnostuskysymysten myötä sekä avoimissa kysymyksissä, joissa taidelainaamoiden asiakkaat saivat itse esittää kehitysideoita.

Taulukossa 11 suhteellisen paljon kiinnostusta ilmeni taidelainaamoiden yhteydessä järjestettävään oheisohjelmaan. ”Olisitko kiinnostunut osallistumaan taidetapahtumaan taidelainaamon tiloissa esimerkiksi taiteilijatapaamisiin, keskusteluiltaisiin, taidekirpputoreihin yms. taidetapahtumiin” tuli paljon vastauksia kiinnostaa hieman, kiinnostaa, kiinnostaa melko paljon kohtiin. Tämän tyyppiset tapahtumat pitäisivät taidelainaamotoimintaa aktiivisena sekä uusia asiakkaita tutustuisi taidelainaamokonseptiin. Myös tällaisista tapahtumista tiedottaminen olisi loistavaa asiakassuhteen ylläpitämää toimintaa. Ohjelman sisältö voisi liittyä meneillä olevaan näyttelyyn tai vuodenaikaan, kuten HTS:n Taidelainaamon perinteiset jouluglögit.

Olisitko kiinnostunut..	en osaa sanoa	ei kiinnosta yhtään	kiinnostaa hieman	kiinnostaa	kiinnostaa melko paljon	kiinnosta a todella paljon
...ostamaan taidelainaamosta taidetuotteita	6,8 %	17,4 %	25 %	<b>26,5 %</b>	12,9 %	11,4 %
..juoda kahvit taidelainaamossa	11,5 %	20,6 %	23 %	20,6 %	18,8 %	5,5 %
..osallistumaan taidetapahtumiin taidelainaamon tiloissa esim. taiteilijataapaamisiin	4,5 %	6,1 %	<b>27,8 %</b>	<b>23,2 %</b>	<b>23,2 %</b>	15,2 %

**Taulukko 11** on jatkumoa taulukolle 10. Nämä kehitysideoita käsittelevät sisällöllisiä kehitysideoita.

*”Taidelainaamossa voisi olla myös asiakkaiden lunastamien taideteosten jälleenmyyntimahdollisuus. Jos on lunastanut jonkun taideteoksen ja haluaisi luopua siitä, Taidelainaamo voisi olla paikka jonka kautta se voitaisiin saada uudelleen markkinoille. Olisi kiinnostavaa tavata taiteilijoita. He voisivat kertoa teoksistaan yleisötilaisuuksissa.” (vastaaja-23412236)*

Suhteellisen paljon kiinnostaa hieman ja kiinnostaa vastauksia sai ostomahdollisuus taidelainaamon teoksista tehtyihin postikortteihin, julisteisiin, taidekirjoihin yms. Hämeenlinnan GalleriaKONEessa on myytävänä postikortteja gallerian näyttelyistä sekä ArsHäme ry:n jäsenten teoksista. Kortit saattavat houkuttaa asiakasta ostamaan koko teoksen sitä aikansa vain postikorttina katsottuaan. Myös matkailijakävijäryhmän kannalta pienimuotoinen kauppatoiminta yllyttää ostamaan matkamuistoja vieraillemastaan taidelainaamosta.

Kysymykseen ”Olisitko kiinnostunut juomaan kahvit taidelainaamon tiloissa” ei varsinaista innostusta syntynyt taulukon 9 pohjalta, vaikkakin taidelainaamoiden asiakastutkimuksen avoimissa kysymyksissä yllättävän moni vaikutti ideasta innostuneelta. Pienimuotoinen kahviotoiminta ei välttämättä olisi kovinkaan vaikea toteuttaa lainaamon yhteyteen. Tosin tärkeää on priorisoida tilan

käyttöä. Jo nyt taidelainaamoissa kärsitään tilanpuutteesta. Kahvionurkkaus veisi tilaa teosten säilyttämiseltä entisestään, mutta voisi lisätä viihtyvyyttä ja rauhoittaa yleistunnelmaa. Kahviossa voisi olla taidekirjoja ja muuta taidetta, taiteilijoita ja taideyhdistyksiä käsittelevää luettavaa.

*”Olen oikein tyytyväinen taidelainaamon palveluihin. Mielelläni ostaisin taidekortteja, julisteita ja taidekirjoja taiteen lisäksi. Olisi myös mukava juoda kupponen kahvia taidelainaamossa. Teemaillat avajaisten lisäksi herättäisivät kiinnostuksen käydä entistä useammin taidelainaamossa. Lainaamon puitteet ovat viehättävät (Helsinki) mutta myös vähän ahtaat.” (vastaaja-23413578)*

*”kahvilatoimintaa lainaamon yhteyteen (rauhallista oleskelua taiteen äärellä - hankintapäätösten teko rauhassa istuskellen)” (vastaaja-23417259)*

Konkreettisina kehitysideoina avoimissa kohdissa nousi kehystys- ja ripustuspalvelu. Koska kaikissa taidelainaamoissa ei taiteilijalta edellytetä, että teokset tulevat ripustusvalmiina lainaamoon, on kehystys- ja myös ripustuspalvelulla kysyntää. Harvalla taidelainaamolla on näitä palveluita omasta takaa, mutta sopimuksen tekeminen paikallisen kehystysliikkeen kanssa olisi hyvää asiakaspalvelua ja verkostoitumista alueellisesti. Taidelainaamon asiakkaat saisivat hyvän tarjouksen kehystämisestä kehystysliikkeestä lainaamon kautta. Taidelainaamo ja kehystysliike voivat tukea toisiaan esimerkiksi mainonnassa. Taidelainaamo markkinoi kehystämöä taiteilijoille ja asiakkaille, kehystämö taidelainaamoita asiakkailleen. Myös ripustuspalvelulla olisi kysyntää esimerkiksi taidelainaamon töiden viemisessä julkisiin tiloihin tai miksei myös yksityiskoteihin.

## 6. KOHTI TAIDELAINAAMOIDEN MARKKINOINTISUUNNITELMAA

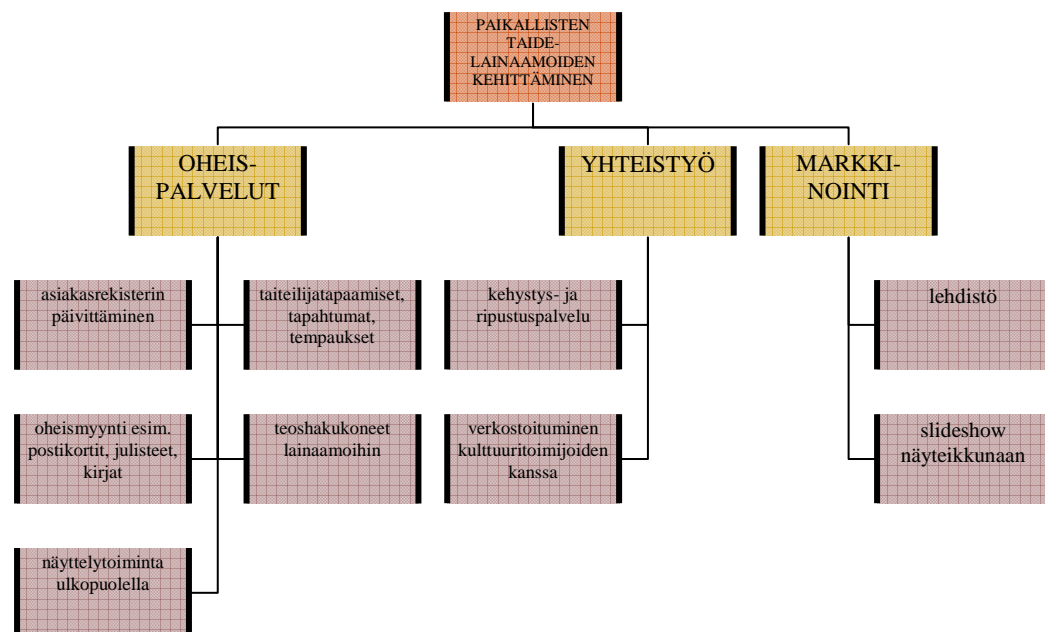
Taidelainaamoiden asiakastutkimustulosten analyysin ohella on noussut esille paljon erilaisia keinoja, joilla tavoittaa eri kävijäryhmiä sekä kehittää taidelainaamotoiminnan tunnettuutta, toimivuutta ja vuorovaikutteisuutta. Keinoja yhteen kokoamalla tiivistyvät tutkimustulokset ja kehitteillä oleva taidelainaamoiden markkinointisuunnitelma saa arvokasta pohjamateriaalia.

Ensi sijaiseksi taidelainaamoissa nousee yhtenäisen asiakasrekisterin ylläpitäminen. Asiakasrekisteriin on hyvä saada sähköpostiositteen lisäksi muut yhteystiedot eli katuosoite ja puhelinnumero. Asiakkaisiin yhteydenpito on toiminnan perusta. Sillä voidaan luoda jatkuvaa asiakaskontaktia esimerkiksi tiedottamalla näyttelyistä, tapahtumista, lainaamon teosvaihdoksista yms. Näin jo olemassa olevat asiakkaat pysyvät tietoisina taidelainaamon olemassaolosta ja tapahtumista.

Taidelainaamokonsepti on suurelle yleisölle edelleen varsin tuntematon. Uusien asiakkaiden saavuttamiseksi konseptille on saatava julkisuutta. Pienemmissä kaupungeissa voi hyvin toimia lehtijutut esimerkiksi paikallislehdissä. Jutut voivat hyvin käsittää ainoastaan taidelainaamokonseptin esittämistä, sillä silloin itse toiminta nousee pääarvoksi. Uusien näyttelyiden puffaamisen voi jättää omaksi lehtijutukseen. Suuremmissa kaupungeissa vastaavaa voi tehdä esimerkiksi alueella ilmestyvässä sanomalehdessä, sillä lehtijuttuaiheita tarvitaan aina.

Oleellista taidelainaamotoiminnassa ja sen sujuvuudessa on verkostoituminen. Tällä hetkellä Art360- hanke on hyvä foorumi kehittää yhteistyötä Suomen taidelainaamoiden kesken. Verkostoituminen ei tarkoita vain yhteisiä internetsivuja, vaikka se onkin erittäin hyvä ja tehokas keino auttaa asiakkaita tutustumaan

toimintaan ja löytämään lähin taidelainaamo. Verkostoitumisella voidaan tehostaa markkinointia juuri esimerkiksi luomalla asiakaslehti tai yhteisrahoituksella mainostaa taidelainaamokonseptia valtakunnallisissa medioissa. Medioista sanomalehti ja internet nousivat merkittävimmi kysyttäessä, mistä asiakkaat ovat kuulleet taidelainaamoista. Myöskään aikakauslehtiä ei pidä unohtaa. Naisten-, koti-, sisustus-, trendi- ja taidelehdet ovat luettuja aikakauslehtiä ja niiden kautta saavutetaan paljon niin perusasiakastyypiryhmään kuuluvia kuin uusia tavoiteltavia asiakasryhmiä.

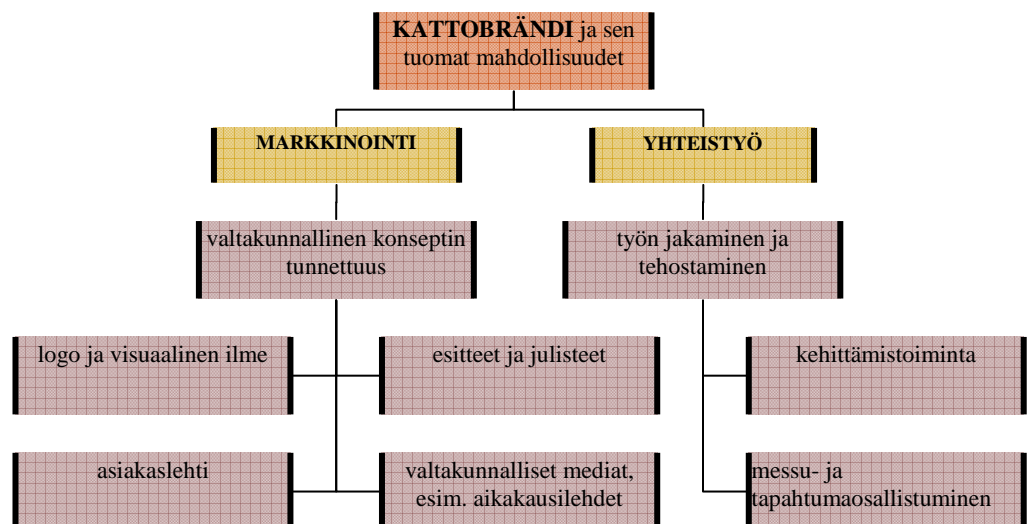


**Taulukko 12** tiivistää ideoita, miten taidelainaamot voivat tehostaa omaa paikallistoimintaa

Sanomaa varmasti tehostaisi, jos lainaamotoiminnasta olisi puhumassa yksi henkilö, joka samalla antaisi kasvot taidelainaamoille. Hän olisi taidelainaamotoiminnan henkilöitymä kunnes julkisuudessa ymmärretään koko toiminnan laajuus ja monipuolisuus. Valtakunnallisesti viestiä visualisoisi myös logon tms. tunnuksen luominen taidelainaamoille. Logon toistuessa ihmiset rekisteröisivät sen helpommin ja yhdistäisivät sen taidelainaamoihin.

Asiakastyypijaottelu on oleellinen työkalu markkinointisuunnitelmassa miettiessä, kuinka etenkin uusia

asiakkaita tavoittaa. Tyypilliset asiakkaat ovat aktiivisia eri kulttuurilajien harrastajia. He käyvät paljon taidenäyttelyissä, kirjastoissa ja esittävien taiteiden esityksissä. Nämä ovat hyviä paikkoja tuoda potentiaaliselle asiakkaille nähtäväksi julisteita sekä erityisesti esitteitä taidelainaamoista. Visuaalisissa ja tyylikkäässä esitteissä on hyvä esitellä lyhyesti taidelainaamokonsepti, tuoda esiin joitakin teoksia sekä internetsivusto, ja sijainti- ja aukiolotiedot. Esitteiden tekemiseen kannattaa palkata graafisen suunnittelijan ja toteutuksen tehdä valtakunnallisen verkoston avulla. Tällöin myös taidelainaamoiden ilme on yhtenäinen ja konsepti eheämpi ympäri Suomen.

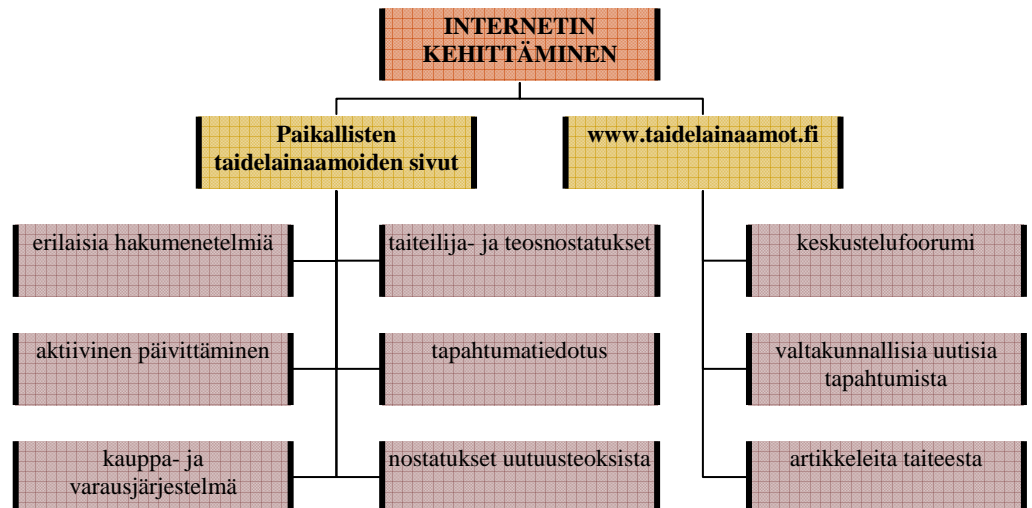


**Taulukko 13** tiivistää erilaisia kattobrändin myötä avautuvia valtakunnallisia mahdollisuuksia

Keräilijä-, matkailija-, opiskelija- ja perhekävijätyyppejä on hyvä tavoittaa messuilla sekä internetin välityksellä. Erityyppisillä messuilla, kuten esimerkiksi Tampereella olleet keräilymessuilla, messuyleisö on valmiiksi valikoitunutta, joten erityisryhmät ovat helposti saavutettavissa. Tosin on syytä miettiä, onko esimerkiksi Matkailumessut suoranaisesti hyvä väylä taidelainaamoille. Tosin alueellisten kulttuuritoimijoiden kanssa verkostoituminen ja yhteisön messuosaston luominen tuo taidelainaamoille tarvittavissa määrin julkisuutta. Keräilijä- ja matkailijaryhmille tärkeää on aktiivinen tiedottaminen taidelainaamoiden tapahtumista ja teosvaihtuvuuksista.

Opiskelija- ja perhekävijätyypit käyttävät paljon internetiä. Internet voi muodostua keinoksi saada heidät innostumaan taidelainaamotoiminnasta. Sähköpostilistojen lisäksi erilaisia nettifoorumeja on aiheellista hyödyntää, vaikkakin tutkimustuloksissa vain pieni prosentti vastaajista ilmoitti saaneensa tietoa toiminnasta foorumeista kautta. Kuitenkin opiskelijat ja pienten lasten äidit vanhemmat viettävät paljon aikaa Facebookissa ja erilaisissa keskusteluryhmissä liittyen kodinhoitoon, sisustamiseen ja muihin virtaaviin trendeihin. Mikäli taidelainaamoilla ei ole resursseja varsinaisesti mainostaa näillä foorumeilla, voi buffausta tehdä foorumeissa käytävissä keskusteluissa. Oleellista on korostaa teosvalikoiman monipuolisuutta ja tuoda esiin niin räväkempiä kuin ”lapsiystävällisiä” töitä.

Asiakastutkimukseen vastanneet toivoivat vuorovaikutteisuutta taidelainaamotoiminnan kanssa. [www.taidelainaamot.fi](http://www.taidelainaamot.fi)- sivustolla voisi hyvin toimia oma keskustelupalsta, jossa käyttävät voivat jakaa kokemuksiaan ja keskustella ja edelleen kehittää toimintaa. Keskustelua voi herättää myös kuukauden taiteilija- tai teosnostatuksilla, tapahtumien ja tempausten sekä yritystilaisuuksista tiedottamisella yms. Internetsivujen aktivoiminen on kustannustehokasta, vaikkakin vaatii ehdottomasti oman henkilön, jonka vastuulla sivun päivitys on.



**Taulukko 14** tiivistää ideoita internetin hyödyntämiseksi taidelainaamotoiminnassa

Monilla ihmisillä on suurempi kynnys mennä galleriaan kuin taidelainaamoon. Taidelainaamoiden ”ihmisläheisyyttä” on hyvä korostaa ja hyödyntää. Taidelainaamot voivat myös tuoda taidetta sinne, missä oikeat ihmiset ovat. Ihmiset käyvät mm. kirjastoissa ja kahviloissa, joissa on usein taiteilijaseuran vuosinäyttelyitä tms. esillä. Taidelainaamot voisivat hyödyntää näitä yhteyksiään kokoamalla lainaamon teoksista näyttelyn, joka esittelisi yksinkertaisesti taidelainaamoiden teosvalikoimaa. Näyttelyn yhteydessä on oiva tilaisuus esitellä taidelainaamokonseptia seinätekstein, esittein tai jos mahdollista paikalla olevan näyttelyhoitajan avulla. Teoksia on mahdollisuus ostaa myös taidelainaamon vuokrausehdoin.

Taidelainaamotoiminta on ideana varmasti monia ihmisiä innostava ja kiinnostava. Kun toiminnan luonne heille selviää, monet näkevät mahdollisuutensa ostaa itselleen taideteoksia. Järjestelmällisyys, tavoitteellisuus ja uusien näkökulmien ja markkinointikeinojen etsiminen tuottaa varmasti toivottua tulosta uusien asiakkaiden löytymiseksi taidelainaamoille.



## 7. LOPPUPÄÄTELMÄT

Vaikka taidelainaamotoiminta on vanhaa, sille ei ole muodostunut kiinteitä käytäntöjä tai toimintamalleja Suomessa. Maan jokainen taidelainaamo toimii omien resurssiensa ja käytäntöjensä mukaisesti, mikä tietenkin on luontevintakin paikallisen taiteilijaseuran ja sen jäsenistön kannalta. Asiakkaan kannalta tämä voi olla hyvin hankalaa. Taidelainaamotoiminta välittyy helposti suljettuna ja sekavana, koska konseptia ei tunneta eikä täten osata hyödyntää.

Opinnäytetyötä tehdessä taidelainaamotoiminta avautui itsellenikin uudella tavalla, vaikka se jonkin verran oli jo entuudestaan tuttu. Kertoessani lähipiirilleni opinnäytteestä, moni yllättyi, onko konsepti todellakin noin joustava ja helppo. Sen tunnettuuden lisäämisellä asiakasmäärä nousisi nopeasti, mutta haasteena on, pystyvätkö taidelainaamot tähän vastaamaan. Tosin kattobrändin luomisella resurssit ja yhteistyö, käytännöt yms, yhtenäistyvät. Nykyaikana internet muodostuu myös keskeiseksi työkaluksi toiminnassa, mistä on jo selvät merkit nähtävissä.

Taidemaailmassa on paljon näkemysristiriitaa toiminnan kaupallistumisen ja aktiivisen markkinoinnin asemasta taiteessa. Lainaamotoiminnan popularisointi voi herättää keskustelua etenkin taiteilijoiden keskuudessa. Kuitenkin taidelainaamot toimivat edelleen samoin periaattein ja tunnettuuden myötä aukeaa taiteilijoille uusia työmahdollisuuksia. Oma mielipiteeni on, että tällainen taidetoiminta on enemmän kuin tarvittavaa nykykulttuuritarjonnassa.

Myös valloillaan olevat trendit verkostoitumisesta, yhteistyöstä yritysmaailman kanssa ja digitaalisesta mediasta (internetkauppa) ovat hyväksikäytettäviä keinoja, joilla taidelainaamo lyödään ihmisten tietoisuuteen nykyaikaisena, trendikkäänä ja raikkaana taiteenhankintamuotona. Tietenkään taidetta ei onneksi voi kaupallistaa ja tuotteistaa, vaan sen on edelleen nautittava itseisarvostaan eikä sen

ympärille rakennetuista tuotepaketeista. Tosin en usko sen olevan todellinen uhka, koska mitä enemmän ihmiset saavat mielihyvää taiteesta, sitä paremmin luulen koko yhteiskunnan voivan. Silloin taidetta ei ole koskaan liikaa.

## LÄHTEET

ArsHäme

[www.arshame.fi](http://www.arshame.fi), yhdistyksen kotisivut, jäseneksi pääseminen, viitattu 7.10 2009

[www.arshame.fi/ArsHame/ArsHame\\_jasenisto.html](http://www.arshame.fi/ArsHame/ArsHame_jasenisto.html)

Art360-hanke

[www.art360.fi](http://www.art360.fi) hankkeen kotisivut, toimintakuvaus, viitattu 7.10 2009

[www.art360.fi/art360](http://www.art360.fi/art360)

Art360 & Taidemaalariiliitto ry, Kuvataiteella uusia ympäristöjä – esite, 2009

Art360 & Tampereen taiteilijaseura ry, Tampereen taiteilijaseura ry:n palvelupaketit yrityksille – esite, 2009

GalleriaKONE, gallerian kotisivut, viitattu 7.10 2009

[www.galleriakone.fi](http://www.galleriakone.fi)

Haastattelut:

Heinänen Katri, Tampereen taiteilijaseuran projektikoordinaattori  
Taidekeskus Mäntinranta, Tampere 25.9 2009

Häkli, Sirpa, Helsingin taiteilijaseuran taidelainaamon hoitaja  
Helsingin taiteilijaseuran taidelainaamo, Helsinki 22.9 2009

Koistinen, Matti, Art360-hankkeen kuvataiteen manageri  
Taidekeskus Mäntinranta, Tampere 25.9 2009

Taalu, Sirpa, ArsHämeen toiminnanjohtaja

Verkatehdas, Hämeenlinna 25.9 2009

Helsingin taiteilijaseura ry,

yhdistyksen kotisivut, jäseneksi pääseminen, toiminnan kuvaus, viitattu 7.10 2009

<http://helsingintaiteilijaseura.fi/hts/?q=node/62>

<http://helsingintaiteilijaseura.fi/hts/q=node/69>

Helsingin taiteilijaseuran taidelainaamo, taidelainaamon kotisivut, viitattu 6.10 2009

<http://www.helsingintaiteilijaseura.fi/hts/?q=node/50>

Häkli, Sirpa, palaute opinnäytetyöstä sähköpostitse 26.10 2009

Laitinen-Laiho, Pauliina 2004. Taide sijoituskohteena (2. painos).  
Porvoo: WSOY

Luova Suomi  
[www.luovasuomi.fi](http://www.luovasuomi.fi), hankkeen kotisivut, käynnistyneet koulutukset,  
viitattu 8.10 2009  
[www.luovasuomi.fi/index.php/hanketuki/kaynnistyneet](http://www.luovasuomi.fi/index.php/hanketuki/kaynnistyneet)

Suomen kuvataidejärjestöjen liitto, järjestön kotisivut, jäsenyhdistykset,  
viitattu 8.10 2009  
<http://www.skjl.fi/yleista.html>

Suomen taidegraafikot ry, Taidelainaamo Grafoteekin taidelainaamo  
[www.taidegraafikot.fi/myyntikokoelma.html](http://www.taidegraafikot.fi/myyntikokoelma.html)

Taidelainaamoiden yhteisportaali, viitattu 10.10 2009  
[www.taidelainaamot.fi](http://www.taidelainaamot.fi)

Tampereen taiteilijaseura ry, seuran kotisivut, jäseneksi pääseminen,  
viitattu 7.10 2009  
<http://www.tampereen-taiteilijaseura.fi/ttseura.htm>

Tampereen Taiteilijaseuran Taidelainaamo, taidelainaamon kotisivut,  
viitattu 7.10 2009  
[www.tampereen-taiteilijaseura.fi/fin.htm](http://www.tampereen-taiteilijaseura.fi/fin.htm)

Tilastokeskus, tilastoja asumisesta ja tuloista, viitattu 13.10 2009  
[http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk\\_tulot.html#tulonsaajat](http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_tulot.html#tulonsaajat)

Virta, Noora 2009. Taidepalvelujen tuotteistaminen Case:SiniQ.  
Laurea-ammattikorkeakoulun opinnäytetyö, liiketalouden  
koulutusohjelma, Lohja.

Wikipedia, hakusanana taidelainaamo, viitattu 6.10 2009  
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Taidelainaamo>

## LIITTEET

Liite 1: Taidelainaamoiden asiakaskysely, jonka taidelainaamoiden asiakkaat saivat sähköpostiinsa linkkinä. Kysely toteutettiin Webropol-ohjelmalla