



**NÄPPÄRÄSTI
ETEENPÄIN!**

Kansanmusiikkiperinne osana Keski-Pohjanmaan vetovoimaa

ESISELVITYS

NÄPPÄRÄSTI ETEENPÄIN!

**KESKI-POHJANMAAN KANSANMUSIIKKIPERINTÖ
OSANA ALUEEN VETO- JA PITOVOIMAA**

<https://net.centria.fi/hanke/napparasti-eteenpain/>

centria
ammattikorkeakoulu



KESKI-POHJANMAAN LIITTO
MELLERSTA ÖSTERBOTTENS FÖRBUND

NÄPPÄRÄSTI ETEENPÄIN!

Keski-Pohjanmaan kansanmusiikkiperintö osana alueen veto- ja pitovoimaa

Keski-Pohjanmaan liiton rahoituksella (AKKE) toteutetun Näppärästi eteenpäin -hankkeen tuottama esiselvitys kokoaa tietoa alueen kansanmusiikkiperinnöstä osana liike-elämää sekä sen mahdollisuuksista toimia alueen veto- ja pitovoimatekijänä työvoiman saatavuuden näkökulmasta. Lisäksi selvityksessä kartoitetaan, miten elävän kulttuuriperinnön kanssa toimivat tahot voisivat vahvistaa elinkeinoelämän edellytyksiä alueella.

Esiselvitys toteutettiin kahden menetelmän avulla. Alueen yrityksille lähetettiin monivalintakysely, minkä lisäksi neljän erisuuruisen ja eri toimialan yrityksen johtajia haastateltiin.



Tyky-päivään Kaustisella voivat kuulua kahvit Pesolan leipomossa sekä paikalliset mestaripelimannit.

Kysely

Kaustisen seutukunnan ja Kansanmusiikki-instituutin kanssa yhteistyössä toteutetulla monivalintakyselyllä kartoitettiin kulttuuriperinnön mahdollisuuksia toimia alueen vetovoimaa ja pitovoimaa vahvistavana tekijänä, painottaen erityisesti kulttuurihyvinvointia ja matkailua. Kyselyssä oli mukana myös kulttuuri- ja hyvinvointimatkailunäkökulma.

Perinteistä potentiaalia -kysely toteutettiin monivalinta- ja osittain avoimena kyselynä Kosekin ja Kasen alueen yrityksille. Kysely jaettiin Kosekin ja Kasen välityksellä sekä hanketta toteuttavien tahojen somekanavilla. Kyselyyn vastasi 19 yritystä, joista suurin osa, 63% oli alle viiden työntekijän yrityksiä. 5-19 työntekijän yrityksiä oli 27% ja yli 50 työntekijän yrityksiä 10%. Yitysten toimialat jakaantuivat laajasti aina majoitus- ja ravitsemustoiminnasta teollisuuteen. Kosekin alueelta vastaajia oli 26% ja Kasen toimialueelta 74%.

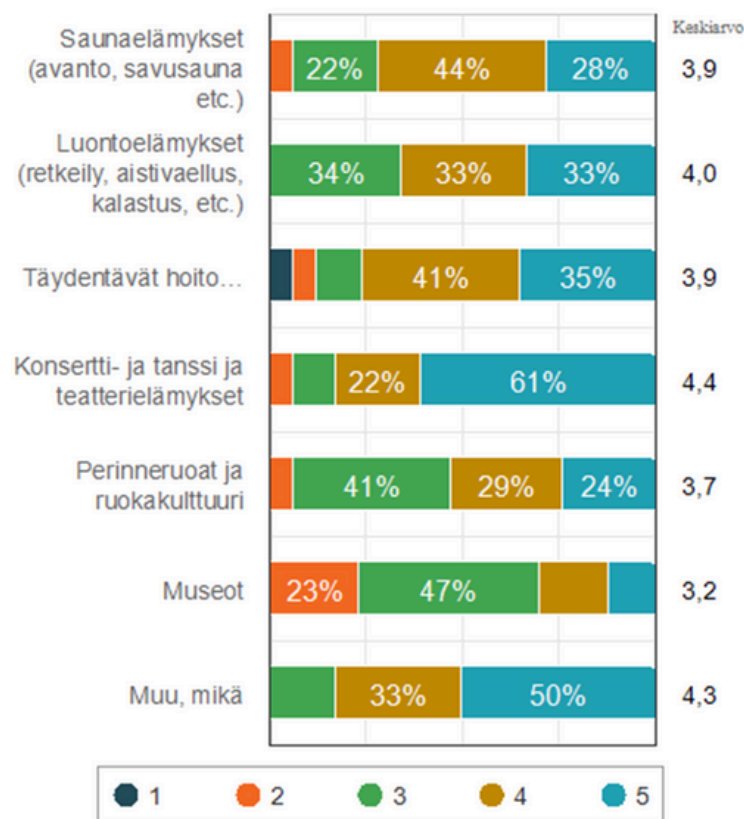


**NÄPPÄRÄSTI
ETEENPÄIN!**

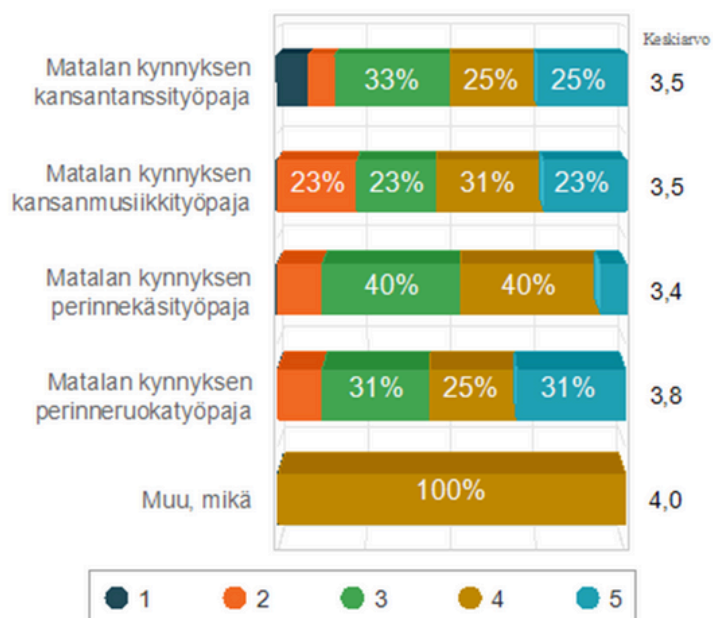
Kansanmusiikkiperinne osana Keski-Pohjanmaan vetovoimaa

Perinteistä potentiaalia –kyselyn tulokset:

Miten tärkeänä koet seuraavat virikkeet alueen viihtyvyyttä ja mielenkiintoisuutta lisäävinä tekijöinä? (1 ei lainkaan tärkeä, 5 erittäin tärkeä)



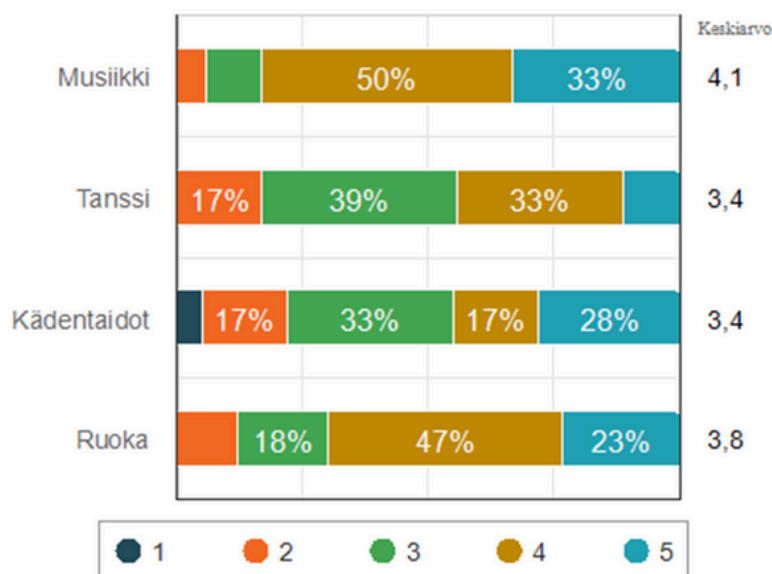
Miten tärkeänä koet seuraavat elävän perinnön osallistavat harrastusmahdollisuudet työntekijän viihtyvyyden kannalta?



**NÄPPÄRÄSTI
ETEENPÄIN!**

Kansanmusiikkiperinne osana Keski-Pohjanmaan vetovoimaa

Miten mielenkiintoisena koet seuraavat tyhy-toimintavaihtoehdot?



Konsertti, tanssi- ja teatterielämykset sekä luontoelämykset nousivat kyselyssä selkeimmin esiin alueen viihtyvyyttä ja mielenkiintoisuutta lisäävinä tekijöinä. Lisäksi tärkeinä pidettiin, saunomista, täydentäviä hoitomuotoja ja ruokaan liittyviä kokemuksia.

Työnantajat kokivat merkitykselliseksi, että työntekijälle voidaan tarjota harrastusmahdollisuuksia elävän kulttuuriperinnön saralla etenkin musiikin ja ruoan parissa. Tyhy-toimintamuodoista nousivat selkeimmin esiin niin ikään matalan kynnyksen perinneruoka- kansanmusiikki ja kansantanssityöpajat. Myös käsityöpajat herättivät kiinnostusta.

Kysely jaettiin laajalle vastaanottajakunnalle, mutta vastaajien määrä jäi valitettavan pieneksi. Ahkerimmin kyselyyn vastasivat pienten yritysten johtajat. Tämä saattaa johtua siitä, että kyselyn ohjaaminen oikealle henkilölle koetaan suuressa yrityksessä haasteelliseksi. Kyselyn tulokset antavat kuitenkin viitteitä jatkotoimenpiteiden suunnittelemiseen.

Yrityshaastattelut

Yrityshaastatteluihin valittiin neljä eri suuruista ja eri toimialaa edustavaa tahoa. Alueosuuskauppa KPO työllistää noin 2200 työntekijää ja kuuluu siten alueemme suurimpiin työnantajiin. Tekstiilialan yritys Paapii Design työllistää noin 10 henkilöä ja noin 2 miljoonan euron liikevaihdosta osa tulee myös ulkomailta. Vuonna 2021 perustettu, terveellisiin välipaloihin keskittyvä, viiden työntekijän Wild&Berg on haastatelluista yrityksistä nuorin ja yhden miehen työllistävä insinööritoimisto A. Karhulahti Oy pienin.



**NÄPPÄRÄSTI
ETEENPÄIN!**

Kansanmusiikkiperinne osana Keski-Pohjanmaan vetovoimaa

Haastatteluissa kysyttiin yritysten johtajien näkemyksiä alueen kulttuurielämän vahvuuksista sekä kehitystarpeista veto- ja pitovoiman kannalta sekä myös sitä, kuinka yritykset kokevat voivansa olla mukana kulttuuriperinnön ja kulttuurielämän ympärillä tapahtuvassa toiminnassa.

Kaikki haastatellut olivat sitä mieltä, että alueen kulttuurielämä on vilkasta sekä monipuolista ja alueen kulttuurielämän elementtejä nostettiin keskusteluissa laajasti esiin.



Ruotsalon päiväkodin uutta musiikkipihaa sponsoroiitiin muun muassa paikallisin yritysvoimin.

KPO:n Kim Biskop toteaa, että urheilusta puhutaan usein alueen pito- ja vetovoimatekijänä, mutta kulttuuri ja tiede ovat niitä yhtä lailla. Elävään kulttuuriperintöön liittyen Biskop mainitsee Kaustisen kansanmusiikkijuhlat esimerkkinä ainoasta kansainvälisestä suurtapahtumasta alueellamme.

KPO tukee useita alueen kulttuuritahoja ja kuuluu Kaustisen kansanmusiikkijuhlien keskeisimpiin sponsoreihin. Biskop pitää tärkeänä, että KPO näkyy alueen kulttuuritarjonnan yhteydessä ja hyödyntää sitä kautta kulttuuriperintöä myös alueellisessa brändityössään. Elävän kulttuuriperinnön hyödyntäminen esimerkiksi viihtyvyyttä lisäävässä tyhy-toiminnassa voisi Biskopin mukaan olla mahdollista, mutta suuren yrityksen henkilöstölle toimintaa voi hänen mukaansa olla haasteellista skaalata. Sen sijaan KPO käyttää tällä hetkellä esimerkiksi paikallisia esiintyjä alueellisissa tilaisuuksissaan.

Wild&Bergin tuotteet valmistetaan Kaustisella. Toimitusjohtaja Viktoria Forsberg kertoo, että haluaa mainita tuotteiden valmistuspaikan juuri Kaustisen nimen tunnettuuden perusteella: *“Kaustinen on nimenä tunnettu. Vaikka meidän brändiimme liittyy hyvinvointi ja ruoka, niin miellelyhtymä kulttuuriin on silti tärkeä. Kulttuuri on monelle tärkeää ja sen mielletään lisäävän hyvinvointia”*. Alueellisena vahvuutena Forsberg nostaa Kaustisen kansanmusiikkijuhlat, mutta muistuttaa, että alueella tapahtuu paljon muutakin. Kulttuuriperinnön alalta hän nostaa esiin jäsenkorjauksen sekä yleisellä tasolla myös alueen hyvät liikuntamahdollisuudet.



**NÄPPÄRÄSTI
ETEENPÄIN!**

Kansanmusiikkiperinne osana Keski-Pohjanmaan vetovoimaa

Kehitettävää yritysten edustajat näkevät etenkin kulttuuritarjonnan näkyvyydessä ja saavutettavuudessa:

“Kansanmusiikkihan on ollut kansan musiikkia ihan nimensä mukaisesti, se mielletään ehkä tänä päivänä jopa elitistiseksi. Sehän vaatii osaamista niin kuin ihan mikä tahansa muukin, jotta voi esiintyä ja osa ei siitä tykkää ja osa on ehkä vieraantunutkin. Niin hullulta kun se kuulostaakin, kansanmusiikki pitäisi tehdä helpommin lähestyttäväksi sellaisille, jotka eivät välttämättä itse soita.” toteaa KPO:n Biskop. Hän mainitsee ensisijaisesti lapsille ja nuorille suunnatun Näppäritoiminnan hyvänä esimerkkinä helposti lähestyttävästä ja yhteisöllisestä kulttuuriperintöalan toiminnasta.

Arimatti Karhulahden mukaan alueella on hyvä kulttuuritarjonta ja lapsillekin on melko paljon harrastusmahdollisuuksia. Karhulahti mainitsee esimerkkeinä muun muassa konservatorion, Keski-Pohjanmaan kamariorkesterin ja teatteritoiminnan. Hän itse on harrastanut enemmän urheilua ja kokee, että kulttuuritarjonnasta on siten ollut *“vaikea päästä selville”*. Kulttuurielämysten tuominen työpaikoille ja kouluihin sekä päiväkoteihin on Karhulahden mielestä tärkeää, jotta ne löydettäisiin ja niihin osattaisiin tarttua.

Noin 15 henkilöä työllistävä Paapiin toimitusjohtaja Anniina Isokangas ei koe, että kulttuuriperintöbrändistä olisi heidän kannaltaan hyötyä juuri vetoimatekijänä. Yritys on löytänyt työntekijöitä vaivatta ja hakemuksia on tullut myös ulkomailta. Isokangas näkee kuitenkin alueen tapahtumat ja harrastustoiminnan tärkeinä pitovoiman kannalta, sillä työntekijöiden olisi tärkeää löytää alueen tarjonta ja viihtyä myös työajan ulkopuolella. Isokangas nostaa esiin esimerkiksi Kokkolan kinojuhlat sekä kuvataidekoulun. Myös Isokangas perää tarjonnan saavutettavuutta: *“Kyllähän täällä tapahtuu kaikenlaista, mutta niiden löydettävyys ja ehkä sellainen esiin nostaminen on haaste, mille pitäisi tehdä jotain.”*

Forsberg näkee elävän kulttuuriperinnön tarjoaman vetoite voiman kannalta eniten kehitettävää näkyvyydessä alueen ulkopuolella. Forsbergin mukaan esimerkiksi Kaustisen kulttuuri näkyy eniten kesäisin, mutta vetoite voiman kannalta olisi tärkeää, että näkyvyyteen kiinnitetään huomiota ympäri vuoden. Forsberg nostaa esiin digitaalisen näkyvyyden tärkeyden etenkin sosiaalisissa medioissa. Tunnelmia kulttuuritarjonnasta olisi hyvä välittää vuoden ympäri esimerkiksi videoiden avulla. Toistuva näkyvyys vahvistaisi Forsbergin mukaan mielikuvaa alueen viihtyisyydestä. Wild&Berg välittää esimerkiksi itse tunnelmia Kaustisen kansanmusiikkijuhlilta somekanavillaan.

Yhteistyön mahdollisuudet:

Yritysten motivaatiot tehdä yhteistyötä alueen kulttuuriperintötoimijoiden kanssa ovat moninaiset. Ruotsalossa toimiva Karhulahden yritys oli mukana tukemassa kylän päiväkotiin rakennettua soitinpuistoa ja kokeekin juuri sponsoroinnin itselleen parhaimmaksi tavaksi olla mukana elävän kulttuuriperinnön turvaamisessa alueella. Forsberg on sponsoroinut tuotteillaan Kaustisen kansanmusiikkijuhlia. Forsberg miettii myös mahdollisuutta käyttää paikallisia musikoita ja paikallista kulttuuriperintöä tuotteidensa brändämisessä laajemmin.



**NÄPPÄRÄSTI
ETEENPÄIN!**

Kansanmusiikkiperinne osana Keski-Pohjanmaan vetoite voimaa



Näppärit esiintyvät Kaustisen S-marketin harjakaisissa.

Isokankaan yrityksessä koetaan, että kulttuuriperinnön nostaminen esiin tuotteiden kehittämissä ja brändityössä on heidän tapauksessaan keskeisin tapa tuoda esiin kulttuuriperintöä. Paapii nostaa esiin esimerkiksi suomalaista käsityökulttuuria. Paapii hyödyntää alueella tuotettavaa kansanmusiikkia tilaisuuksissaan. Muotinäytöksissä on kuultu muun muassa haitaristi Antti Paalasta. Isokangas korostaa sopivien yhtymäkohtien löytämistä: *“Kansanmusiikkia ei aina mielletä trendikkääksi, pitää löytää, että mitkä ne yhtymäkohdat ja Antti Paalanen on mun mielestä hyvä esimerkki. Hän varmaan kyllä tavoittaa paljon muitakin kuin vain kansanmusiikista tai haitarimusiikista kiinnostuneita.”*

Yritykset näkevät, että kulttuuriperintöalalla voisi olla annettavaa myös liike-elämälle:

Isokangas näkee markkinoinnin pirstaloituneen ja uusia kohderyhmiä on siten vaikea tavoittaa. Hän nostaa esiin uusien kontaktien ja ideoiden luomisen poikkitaiteellisen yhteistyön avulla. Tuomalla tekijöitä yhteen eri taustoista voidaan saada aikaan jotain uutta ja yllättävää sekä puhkoa sosiaalisia kuplia.

Myös KPO:n Biskop peräänkuuluttaa eri toimialojen välistä yhteistyötä: *“{(Kulttuurin tukemisesta) saatavat hyödyt ovat meille välillisiä, suoraa hyötyä ei pystytäkään laskemaan. Toivoisin että (kulttuuri) tahot miettivät, että mitä he voivat tarjota sitten yrityksille, ehkä ihan suoraakin vastinetta. Meillä on mahdollisuus lähteä tukemaan toimintaa ja nähdä se laajempi vaikutus, moni ei lähde, ellei saa suoraa hyötyä. Tietysti toivoisimme, että toimijat miettivät sitä yhteistyötä siihen meidänkin suuntaan.”*



**NÄPPÄRÄSTI
ETEENPÄIN!**

Kansanmusiikkiperinne osana Keski-Pohjanmaan vetovoimaa