

JOENSUU REGION

$\frac{1}{08}$

B U S I N E S S & T E C H N O L O G Y

UUTTA LUOMASSA

JOENSUU 160 VUOTTA JUSSI-PALKITTU ARI MATIKAINEN
MAAKUNTAMARKKINOINTI INNSTUDIO ASUMISEN TULEVAISUUS
KARJALAN MESSUT

JUHLAA JA ARKISTA AHERRUSTA



Venäjän tsaari Nikolai I perusti Joensuun kaupungin 29.11.1848. Tämä vuosi on siis kaupungin 160-vuotisen toiminnan merkivuosi. Vuosijuhlaa vietetään ensisijassa arkisen aheruksen merkeissä, mutta myös monia tapahtumia mahtuu juhlavuoteen. Pääjuhla on 28.11.2008 Joensuu Arenalla.

Joensuu on 160 vuodessa kehittynyt muutamana sadan asukkaan kauppapaikasta ensi vuonna 72 200 asukkaan keskikaupungiksi. Joensuun työssäkäyntialueen asukasluku lähentelee 120 000 asukasta. Kaupungilla on vastuullisen kehittäjän ja veturin rooli niin Pohjois-Karjalassa kuin Itä-Suomessa.

Joensuu on tänään kaupan, liiketoiminnan ja teollisen erityisosaamisen keskus. Joensuu tunnetaan kaikkialla Suomessa koulu- ja kulttuurikaupunkina. Ilman yliopistoa sekä monipuolista koulutus- ja kulttuuritarjontaa Joensuu olisi asukasluvultaan selvästi nykyistä pienempi kaupunki.

Joensuu on vahvasti kansainvälistyvä kaupunki. Joensuu tunnetaan Euroopan metsäpääkaupunkina, kiitos monipuolisen metsäalan koulutuksen, tutkimustoiminnan ja vahvan yritystoiminnan. Euroopan metsäinstituutin sijainti takaa vuosittain satojen metsäasiantuntijoiden vierailun maakunnassa. Joensuu on rajakaupunki, jolla on kymmeniä kilometrejä yhteistä rajaa Venäjän kanssa. Harvoin tulee ajatelleeksi, miten iso osa teollisista työpaikoistamme perustuu tuotteiden vientiin, ajatellaanpa vaikka Abloy'n tai John Deeren tuotantoa. Joensuun yliopisto on tulevaisuuden kehityksen airut. Yhteistyö Kuopion yliopiston kanssa ja uuden Itä-Suomen yliopiston perustaminen takaa entistä laajemmat kansainväliset kontaktit. Tuhannet opiskelijat pääsevät osallisiksi kansainvälisestä vaihdannasta.

Venäjä on nupullaan oleva lupaus. Vaikka miljoona ihmistä ylittää rajan Niirala-Värtsilä-raja-asemalla, elinkeinoelämän

läpimurto antaa odottaa. Puunhuollossa on juuri nyt kriisin aika, joka tuottaa ongelmia niin Itä-Suomen teollisuudelle kuin kymmenille tuhansille metsureille Karjalan Tasavallassa. Toivoa sopii, että lähiaikoina saadaan aikaan suotuisia ratkaisuja näissä kysymyksissä.

Kaupungin palvelutuotanto tekee laajaa kansainvälistä yhteistyötä liiki kaikilla elämänoilla. Kun tieyhteydet Joensuusta Petroskoihin ja Pietariin paranevat, henkilöjuna liikenne ja säännöllinen lentoliikenne käynnistyvät, voi yhteistyöstä odottaa merkittävää taloudellista hyötyä. Vielä nyt ollaan monta askelta esimerkiksi Etelä-Karjalaa ja Kymenlaaksoa jäljessä.

Joensuun yliopisto tekee laajalla rintamalla kansainvälistä yhteistyötä. Erityisen ilahduttavaa ovat muun muassa metsäalan kansainvälinen koulutus ja monipuolinen väritutkimus. Toivoisi, että myös nämä hankkeet synnyttäisivät konkreettisia yrityksiä ja työpaikkoja Pohjois-Karjalassa. Yksittäisistä projekteista kannattaa mainita vaikkapa professori Erkki Sutisen SciFest-tapahtuman yhteydessä luodut kansainväliset kontaktit ja Mika Vanhasen lukuisia kertoja palkittu Eno-koulutushanke, jonka vaikutukset ulottuvat joka puolelle maapalloa.

Kansainvälistyminen on arkista aherrusta, vaikka monin paikoin siihen vielä sisältyy eksotiikkaa. Se on muutamien vahvojen uranuurtajien varassa. Itä-Suomen koulu, joka perustettiin tehostamaan Venäjän kulttuurin tuntemusta ja kielen opiskelua, on saavuttanut suotuisan vastaanoton Joensuussa. Pitkä marssi Joensuun ja koko maakunnan kansainvälistymiseen on käynnissä. Joensuussa edetään monella rintamalla. Matkailu, koulutus ja vientiä harjoittava yritystoiminta kulkevat etujoukoissa. Tulevaisuuden vuosikymmenet ovat enenevässä määrin lisääntyvää kansainvälisyyttä ja vaihdantaa. Tätä kautta kaupungin ja koko maakunnan menestyminen on mahdollista.

Hyvää juhlavuotta Joensuu Region -lehden lukijoille.

Kaupunginjohtaja JUHANI MERILÄINEN





PÄÄKIRJOITUS

SIVU 2

JOENSUU
160 VUOTTA

SIVU 4

JUSSI-PALKITTU
MATIKAINEN

SIVU 6

KÄSITYÖT JA
ROCK OVAT
KANNATTAVAA
BISNESTÄ

SIVUT 8-9

MAAKUNTA-
MARKKINOINTI

SIVU 10

INNOSTUDIO

SIVU 14

TULEVAISUUTTA
LUOMASSA

SIVU 16

KOHTI
NOUSEVAA
AURINKOA

SIVU 20

KARJALAN
MESSUT

SIVU 22

1/2008

JOENSUU
REGION
BUSINESS & TECHNOLOGY

KUSTANTAJAT

Joensuun kaupunki – www.jns.fi
Joensuun Seudun Kehittämissyhtiö
JOSEK Oy – www.josek.fi
Joensuun Tiedepuisto Oy
– www.carelian.fi
Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu
– www.pkamk.fi
Pohjois-Karjalan Maakuntaliitto
– www.pohjois-karjala.fi
Pohjois-Karjalan Yrittäjät
– www.pk.yrittajat.fi

PÄÄTOIMITTAJA

Sirpa Tarkkinen
Joensuun kaupunki
sirpa.tarkkinen@jns.fi
Puh. 050 672 81

TOIMITUSKUNTA

Ella Kaasinen
Reijo Muje
Anne Mujunen
Keijo Mutanen
Salli Soininen

TOIMITUS

Timo Kupiainen
Janne Riiheläinen
Mainostoimisto Fabrik Oy

ULKOASU

Sami Korhonen
Mainostoimisto Fabrik Oy

VALOKUVAT

Mika Sormunen
Ville Timonen
Mainostoimisto Fabrik Oy

PAINO

Suomen Painotuote,
Joensuu

PAINOSMÄÄRÄ

suomi 10 000 kpl
englanti 5 000 kpl

ILMESTYMINEN

2 kertaa vuodessa

OSOITTEENMUUTOKSET

toimitus@joensuuregion.fi



JOENSUUN SATAKUUSIKYMMENTÄ VUOTTA

Joensuun kaupungin synty 160 vuotta sitten oli siinä mielessä erikoislaatuinen tapaus, että kaupunki nimenomaan päätettiin perustaa. Nykyisen kaupungin alueella ei kovin paljoa vakituista asutusta ollut, vaan koko kaupunki suunniteltiin ja piirrettiin ensin. Kun *Tsaari Nikolai I* oli allekirjoittanut suunnitelmat, alkoikin tapahtua. Kaupunki, jonka sijainti valittiin nimenomaan joen suusta, kasvoi ja otti paikkansa tärkeänä kaupan ja teollisuuden keskuksena. Tämä päivä ja nähtävissä oleva tulevaisuus ovat todistaneet oikeaksi sen ajatuksen, että Karjalan laulumaille kannatti perustaa keskuspaikka, joka omalla keskeisellä panoksellaan vetää koko maakuntaa.

Metsä ja puu ovat aina olleet olennainen osa Joensuuta. Puuta on uitettu alueen läpi jo 1800-luvun alkupuolella ja nykyisinkin Joensuun kaupungin läpi kulkee vuodesta riippuen noin miljoona kuutiota puuta. Metsäteollisuus eri muodoissaan on ollut aina olennainen osa aluetta. Tänä päivänä puu näkyy Joensuussa edelleen, mm. Suomen suurimmassa puurakenteisessa rakennuksessa Joensuu Arenassa. Perinteinen saha-teollisuus on väistynyt, mutta puun ja sen jalostuksen merkitys on edelleen keskeinen piirre alueen teollisessa tuotannossa.

EUROOPAN METSÄPÄÄKAUPUNKI

Teollisuuslaitosten tarpeisiin alettiin kouluttaa väkeä jo varhain ja tämä kehityskulku on huipentunut nykytilanteeseen, jossa metsäklusterin ainutlaatuisen keskittymän takia Joensuuta voi hyvällä syyllä kutsua Euroopan metsäpääkaupungiksi. Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulu, Joensuun yliopiston metsätieteellinen tiedekunta ja Pohjois-Karjalan Koulutus kuntayhtymä kouluttavat alan ammattilaisia ja kasvattavat alan osaamista tuotekehittelyn ja tutkimuksen kautta. Euroopan Metsäinstituutti EF:n päämaja sijaitsee Joensuussa ja täältä löytyy myös Metsäntutkimuslaitoksen METLAN Joensuun toimintayksikkö, joka on valtakunnallisesti ja kansainvälisesti toimiva moniteinen asiantuntijaorganisaatio.

Metsäteollisuus on aina heijastunut vahvasti myös muille aloille. Hyvänä esimerkkinä tästä on pitkät perinteet omaava metsäkonetehdas, joka nykyisin on tärkeä osa maailman suurimman metsäkoneiden valmistajan John Deeren tuotantoketjua. Merkittävä osa maailman harvestereista valmistuu näin Joensuussa. Modernille teollisuudelle ominaisten järjestelmätoimittajien ja alihankkijoiden käytön kautta tämä heijastuu koko alueen metalliteollisuuteen.

MUOVIOSAAMINEN ON JA PYSYY

Vahvan sävynsä alueen metalliteollisuudelle on antanut nyttemmin jo lopetettu Outokummun Keretin kaivos. Kaivostoiminnan myötä alueelle syntyi laajamittaista osaamista, joka yhä tänä päivänä näkyy alueen teollisuudessa. Viimeisimpänä esimerkkinä tästä on Outokummun Metalli Oy:n tekemä sopimus toimittaa Sotkamon Talvivaaran kaivoksen tarvitsemat kuljetinjärjestelmät. Oman panoksensa alueen teolliseen kehittämiseen antaa varmasti australialaisen Vulcan Resources Ltd:n päätös rakentaa kuparikaivos Polvijärven Kylälahdelle.

Joensuu ja sen ympäristö on myös vahvaa muoviteollisuuden aluetta. Edes Perloksen lopettaminen ei tätä tilannetta muuta, vaan alueelta löytyvää tietotaitoa ja yritystoimintaa on suhteellisen hyvällä menestyksellä muunnettu uusiin suuntiin. Alan tutkimus ja tuotekehitys, jota tehdään kaupungin ja muiden julkisen sektorin toimijoiden vahvalla tuella, tuottaa jatkuvasti uusia innovaatioita mm. optiikan, nanoteknologian ja sekoitemateriaalien yhdistämisessä muovituotteiden tuotantoon.

KARJALAINEN KAUPPAPAikka

Eräs tärkeimmistä syistä Joensuun perustamiseen oli tarve saada kauppapaikka Sortavalan ja Kuopion välimaastoon. Joensuun tori on ollut ja on edelleen tä-

JOEN SUUSTA PÄÄSEE KOKO MAAILMAAN



män perinteen elävä jatkaja. Kaupoille kaupunkiin on aina tultu koko maakunnasta ja Joensuu on myös kaupankäynnin kannalta ehdoton maakunnan keskipiste. 1800-luvun loppuun asti tavara- ja ihmisliikenne kulki pääosin laivoilla, sen jälkeen myös rautatie ja sittemmin auto- ja lentoliikenne ovat vieneet ja tuoneet tavaraa ja ihmisiä. Vientikauppaa on tehty iät ja ajat ja vuonna 2007 pohjoiskarjalaisen vientikaupan arvo oli reilu miljardi euroa. Jokiliikenteen huippuvuosina 1800-luvun lopussa Joensuulla oli Viipurin jälkeen toiseksi suurin kauppalaivasto ja vieläkin Joensuun satamasta lähtee vuosittain yli 300 000 tonnia tuotteita, pääasiassa vientiin.

Joensuun on ollut perustamisestaan lähtien kauppakaupunki, jossa on rakennettu suuria kauppaimperiumeja. Veljekset Laakkonen autokaupassa, Broman Group AD VaraosaMaailma- ja Motonet- ketjuillaan ja *Kyösti Kakkosen* luoma Tokmanni-ketju ovat tuttuja toimijoita joka puolella Suomea.

Joensuulainen liikerakentaminen on viime vuosina ollut erittäin vahvassa nousussa. Kaupungin keskusta ja sen lähialueille on rakennettu kymmeniä tuhansia neliötä uutta liiketilaa, muun muassa lähes sadan liikkeen kauppakeskus Iso Myy ja Suomen suurimmaksi laajennettu Prisma. Joensuun Prisma oli aikanaan ensimmäinen Prismanimen alla toimiva kauppa. Kaupungin keskustaa on kehitetty myös rakentamalla viihtyisiä ja toimivia kävelykatu sekä kunnostamalla kivenheiton päässä torilta oleva joenranta. Eli tilanne on muuttunut merkittävästi siitä mitä tuore Miss Universum *Armi Kuusela* 1952 kaupungissa vieraillessaan arasti totesi "Kaunis kaupunki tämä on, vaikka teidän katunne ovatkin mukavimmat ja epätasaiset."

TULEVAISUUS ON JO TYÖN ALLA

Joensuun suhteellisen syrjäinen sijainti on aina edellyttänyt sitä, että päästäkseen kiinni leivän syrjään on etsittävä ja opittava uutta. Yliopiston ja ammattikorkeakoulun luomalta pohjalta onkin ponnistamassa esiin uusi, huipputeknologian sukupolven aalto jo-

ensuulaista yrittäjyyttä. Olennainen tekijä tässä kehityksessä on kaupungin pääosin omistama Joensuun Tiedepuisto Oy, joka jatkuvasti laajentuvassa toiminnassaan jalostaa uusista ideoista alueelle yrityksiä, työtä ja hyvinvointia. Erityisesti muovi- ja metalli sekä puuteknologia ovat kehittämisen painopisteitä. Tiedepuiston seinien sisältä löytyy paikallisia yrityksiä, jotka jo ovat aidosti globaaleja toimijoita ja monia, jotka omaavat edellytykset samanlaiseen menestykseen. Esimerkiksi Blanco Oy Ltd myy Joensuun pääkonttoristaan käsin maailman kaikilla mantereilla useiden maiden turvallisuusviranomaisten ja NATOn hyväksymiä tiedonhävitysjärjestelmiään.

Kaupunkiseudun kuntien yritystoimintaa edistää Joensuun seudun kehittämissyhtiö JOSEK Oy, joka vastaa elinkeinojen kehittämisestä ja seudun markkinoinnista. Joensuun imago oli Taloustutkimuksen vuonna 2007 toteuttaman tutkimuksen mukaan elinkeinotoimen osalta yli 50 000 asukkaan kaupungeista jaetulla kolmannella sijalla. Veronmaksajien Keskusliitto valitsi Joensuun vuoden 2006 Taloustaitokunnaksi. Keskeisenä perusteena oli palvelujen korkea laatu suhteessa taloudellisiin panostuksiin.

Joensuu juhlii 160 vuoden merkkipäivää työn ja tulevaisuuden merkeissä. Toki juhlaakin vietetään monin tavoin vireässä kulttuurikaupungissa, mutta ennen kaikkea juhlavuosi tarkoittaa sitä, että tulevaisuus on entistä vahvemmin työn alla täällä Pielisjoen suussa.

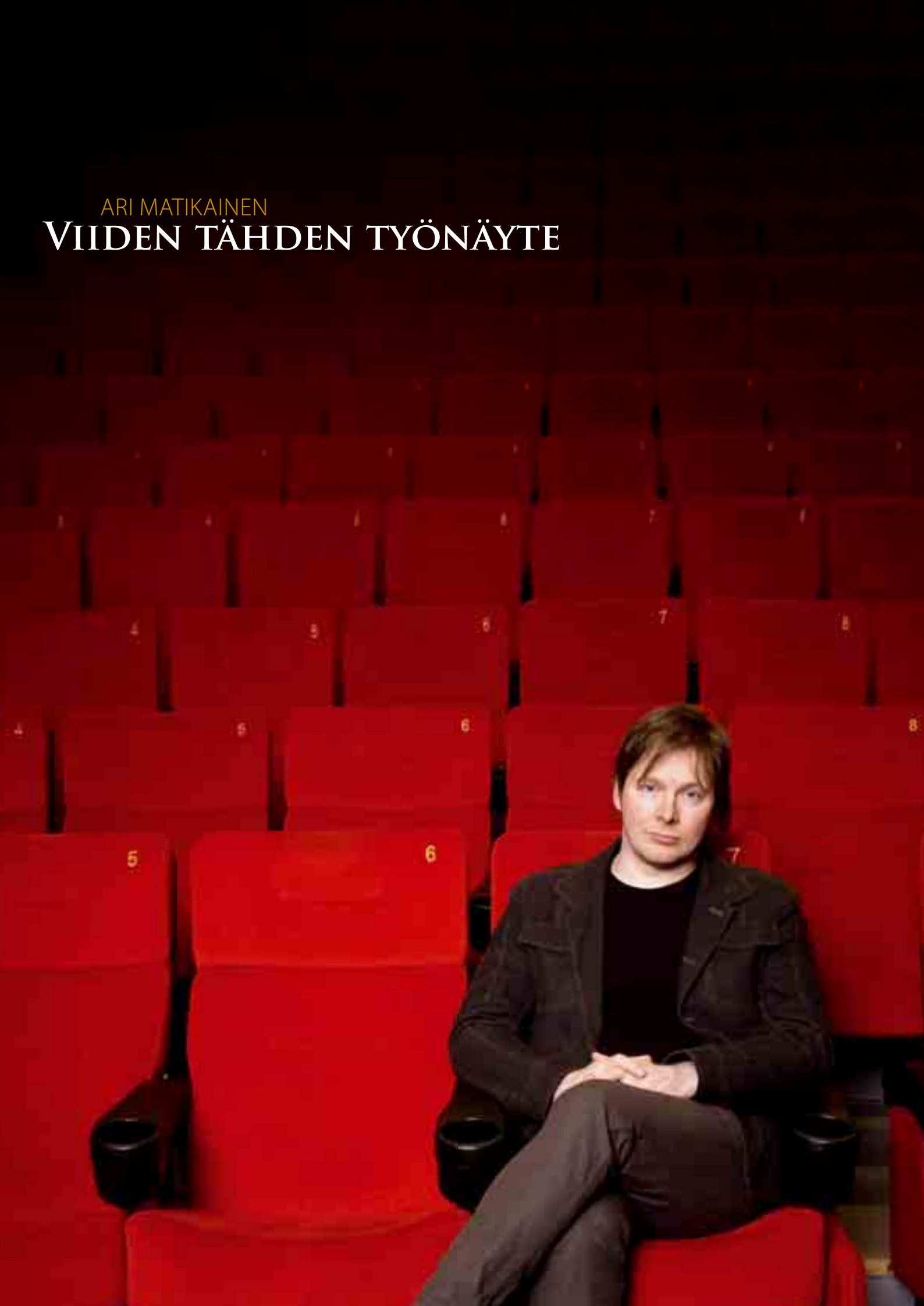


LÄHTEET:
JOENSUUN HISTORIA, OSAT I, II-IV JA VI, JOENSUUN KAUPUNKI
KARJALAINEN 21.06.2007, HEIKKI TARMA: KUN ARMI KUUSELA GILINSA KANSSA JOENSUUSSA KÄVI
WWW.JOENSUUAREENA.FI/FI/?ID=1320
FI.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/JOENSUUN_HISTORIA
WWW.METSATEOLLISUUS.FI
WWW.EFLINT
WWW.DEERE.FI
WWW.PKAMK.FI
WWW.JINS.FI

WWW.JOENSUU.FI
WWW.VULCANRESOURCES.COM.AU
WWW.JOSEK.FI
WWW.OUTOKUMMUNMETALLI.FI
WWW.LAAKKONEN.FI
WWW.BROMANGROUP.FI
WWW.ISOMYY.FI
WWW.PKO.FI
WWW.CARELIAN.FI
WWW.BLANCCO.COM
WWW.VERONMAKSAJAT.FI

KUVAT POHJOIS-KARJALAN MUSEO TEKSTI JANNE RIIHELÄINEN

ARI MATIKAINEN
VIIDEN TÄHDEN TYÖNÄYTE



ARI MATIKAISEN OPINNÄYTETYÖSTÄ TAIDETEOLLISEEN KORKEAKOULUUN TULI VIIDEN TÄHDEN SUORITUS: MUSIIKKI-DOKUMENTTINSA YHDEN TÄHDEN HOTELLI SAI JUSSI-PATSAAN.

Yhden tähden hotelli itkettää, hiljentää, tekee iholle väreitä. Valkokankaalta se koskettaa yhtä herkänoloisena kuin kohteen-
sa, **Jorma Kääriäinen**.

Mieleen jää soimaan **Olli Haaviston** slide-kitara, kameran hidas juoksu jonkun hotellin jollakin punaisella kokolattiamatolla.

– Muusikkopiireissä naljailtiin yhden tähden jallupullosta, muistaa Matikainen. – Nimi tuli kuitenkin siitä, kun kierrettiin Kääriäisen kanssa näitä hotelleja, jotka, niin viiden tähden paikkoja kuin olivatkin, näyttivät kaikki samalta. Joka paikassa samat käytävät. Siitä tuli ongelmia elokuvan leikkauspöydälläkin. Että mikähän niistä kaikista hotelleista maataakaan olla nyt kyseessä.

LISÄNIMI: KOPPOLA

Ohjaaja-käsikirjoittaja Matikaisen edessä muusikko Jorma Kääriäinen heittäytyy avoimeksi, henkisesti lähes täysin vereslihalle.

– Mitenkään en Jormaa ennalta tuntenut, mutta kun saavutin luottamuksen, siitä lähti avautuminen. Ajatusmaailmatkin olivat aika yhteneväiset. Jorman lauluaänestä kuuluu, että siellä on tarina taustalla, sen verran on tulkinnassa herkkyyttä. Minulle olennaista oli kertoa tarina tunteen kautta, musiikkihan on perinteisesti hyvä tunteen välittäjä.

Matikainen teki tietoisien valinnan, ettei näytä Kääriäisen perhettä.

– Jorma on päähenkilö, Agents sivuosassa. Kotona Kääriäinen on todella vähän. Se koti-ikävä, mikä siinä elokuvassa syntyy, näytetään niin kuin se todellisuudessa menee. Ikävä on puhelinsoittoja, puheita, mielikuvia ja ajatuksia.

Hotellissa yksinäinen tähti katsoo aina samoja kanavia.

– Ikävän tunteessa parhaimmastakin neljän tähden hotellista tulee yhden tähden majoitusta.

Muusikon arki on tuttua Matikaisellekin, joka on soittanut rokki- ja tanssibändeissä.

– Kyllä minulle tarjoteltiin muitakin ideoita, karikatyyreja muusikoista tyylisiin tanssibändiin ja viinapullo. Halusin tehdä Kääriäisestä, joka oli suhteellisen tuntematon muusikko, vaikkakin Agentsin solisti. Minua viehätti sekä Jorman että Agentsien asenne musiikkiin, se tinkimättömyys. Tekevät Hangosta-Petsamoon, sellaista perustyötä.

Myös Matikaiselta vaadittiin sitkeää työmiehen tyyliä. Dokumentin tekoon meni kolme vuotta, rahoituksen hakuineen kaikkeen.

– Kyllä siinä koeltiin välillä päähenkilön-

kin uskoa. Agentsit ja Jorma ällistelivät, että eikö se elokuva tule ikinä valmiiksi ja huutelivat, että sieltä se Koppola taas tulee.

PÄÄ TOIMII KARJALAN KUNNAILLA

Matikainen on syntynyt Enossa, kasvanut Uimaharjun kylällä.

– Ensimmäinen kosketus elokuvaan tuli isän kaitafilmmikameralla. Kun nuorisotalolle saatiin VHS-vekkeet, niillä väsättiin 18-vuotiaaksi. Koko ajan tein myös videoita. Opettajaksi aloin opiskella Helsingin yliopistossa, kun en tiennyt, mitä muuta alkaisin tehdä, mutta elokuva kulki koko ajan rinnalla. Kun opiskelin, en aluksi edes tiennyt, että on olemassa seläistakin kuin elokuvakoulutusta.

Taideteolliseen korkeakouluun Matikainen pääsi vuonna –99 ja asui 15 vuotta Helsingissä.

– Tavallaan sain pääkaupunkiseudusta tarpeekseni, vaikka ei minulla siihen mitään viha-rakkaus-suhdetta olekaan. Mutta pää toimi paremmin Joensuun tyypisessä elämässä. Helsingissä touhutaan, täällä voi keskittyä ja tekemiseen tulee toisenlainen perspektiivi. Alkaa tosissaan miettiä, mikä on merkityksellistä.

Kotiseudultaan Matikainen on löytänyt lapsenomaisen tekemisen riemun. Toisaalla omat ideat tuntuivat välillä tymeiltä.

– Nyt on olo kuin Enossa pikkupoikana.

Matikaisen yritys Kinocompany toimii Joensuun Tiedepuistossa. Se tuotti YLE Teemalle vastikään nähdyin Punklandia-dokumentin. Matikainen myös ohjasi siihen neljä osaa.

Ensi vuonna häneltä valmistuu itäraja-aiheinen dokumentti Yhteinen sävel, jossa slaavilaisen musiikin silmin katsellaan Suomen ja Venäjän yhteiselo.

Lisäksi Matikainen ohjaa muutaman jakson Karjalan kunnailta –sarjaan. Mitkä osat, mitä niissä tapahtuu ja milloin ovat vielä liikesalaisuuksia.

SEURAAVAKSI VAIKENEMISESTÄ

Elokuvanteossa Pohjois-Karjalan mahdollisuudet ovat Matikaisen mukaan rajattomat.

– Meidän lähin Hollywood on tuo Pietari. Muutenkin kulttuuritoiminta on aina ollut Pohjois-Karjalassa virkeää, bänditoimintaa ja elokuvaohjaajia on tullut täältä. Maaperä on suotuisaa.

Yhden tähden hotelli näytettiin marraskuussa Rokumentti-festivaalilla Joensuussa. Siihenkin Matikainen on tyytyväinen, että

yleensä pienille piireille ja lyhyen aikaa pyörivä dokumentti sai esitystilaa televisiossa, hyvällä paikalla sunnuntai-illan Ykkösdokumentissa.

Kääriäisdokumentaristiksi Matikainen ei aio jämähtää, 38-vuotias nuorukainen.

Seuraava pitkä dokumenttielokuvansa, Vaiettu maa, liittyy suomalaiseen perinnepiirteeseen, vaikenemiseen.

– Suomen historian mustia läikkiä puretaan meillä yleensä hiljaisuuteen, ajatellaan, että eiköhän nämä ole jo käsitelty ja mennään eteenpäin. Historian tapahtumien kautta mietin mistä se suomalainen vaikeneminen johtuu. Esimerkiksi sellainen tapaus, kun maaliöhjus tipahti vuonna –85 Inarjärveen. Norjalaiset sitten huomauttivat, että hei, tuohan on venäläinen risteilyohjus.

Vaikenemistä Matikainen peilaa lähihistorian tapahtumiin yksittäisten ihmisten kautta, aloittaen toisesta maailmansodasta ja edeten siitä suomettumisen kautta lamaan.

OLO ON KUIN ENOSSA PIKKUPOIKANA

– Kyllä, dokumenttini on voimakkaasti yhteiskunnallisesti kantaaottava. Mutta haluan kohottaa myös kansallista itsetuntoa. On vaikeneminen joskus ollut viisaattakin.

MUTKAMÄKEEN ILMAN BASKERIA

Kun Matikainen vastaili Rokumentissa yleisön kysymyksiin, kävi ilmi, että lopputyöstään puuttui kirjallinen raportti.

Äänensävytään pystyi erottamaan hienoisen huokauksen.

Mutta nyt on 40 sivua kirjoitettuna ja Matikaisesta tulee tänä keväänä taiteen maisteri.

– Olihan palkinto kaunis päätös opiskelulle ja Jussi-gaala juhlava tilaisuus. Mutta ei mennyt myöhään. Piti olla seuraavana päivänä Oulussa elokuva-workshopissa opettamassa.

Kasvatustieteiden maisteriksikin valmistunut Matikainen tekee myös hiihdonopettajan töitä, viimeksi Vuokatin rinteillä.

Takapihaltaan Linnunlahdelta lähtevät hyvät hiihtomaastot, ja vaikka mutkamäkiin onkin erikoistunut, huomauttaa Matikainen, että esimerkiksi britit himoavat murtomaa-hiihtoon.

– Niin että missäs ne on, taiteilijan punaviini ja baskeri? helähtää Matikainen nauruaan.

Viiteryhmänsä stereotyyppiolle.



AITOA JA KESTÄVÄÄ TUOTANTOA

KUVA VILLE TIMONEN | TEKSTI JANNIE RIIHELAINEN

TAITOKORTTELIN 1,2 MILJOONAN LIIKEVAIHTO ON VAKUUTTAVA ARGUMENTTI

Hyvin tehty suomalainen käsityö on ylpeyden aihe paitsi tekijälleen, myös omistajalleen. Tähän yksinkertaiseen, mutta vaativaan yhtälöön perustuu Joensuun keskustassa sijaitsevan Taitokorttelin toiminta. Taitokortteli on reilun kahdenkymmenen toimijan muodostama kokonaisuus, jonka Pohjois-Karjalan käsi- ja taideteollisuus ry yhdessä paikallisten yrittäjien kanssa on perustanut.

– Massatuotannon ja massatuotteiden takaa on nousemassa esiin taas kiinnostus tuotteisiin, jotka ovat selvästi ihmisen ihmiselle tekemiä. Käsityössä pitää näkyä käden taito ja tekijän näkemys. Laatu sekä tuotteen suunnittelussa että toteutuksessa ovat silloin automaattisesti aivan eri tasolla kuin jossain kaukana valmistetussa halpatavarassa. Korkealaatuisesta tavaresta, jossa on kotimaisen käsityön ja perinteen lisäarvoa, ollaan myös valmiit maksamaan enemmän, luettelee Pohjois-Karjalan käsi- ja taideteollisuus ry:n toiminnanjohtaja Petra Kärnä.

Vaikka käsityöt kuulostavat helposti vain vapaa-ajan puuhastelulta, on Taitokorttelin 1,2 miljoonan liikevaihto vakuuttava argu-

mentti siitä, että käsityöt voivat olla paljon enemmänkin.

– Meillä on tällä hetkellä vajaa satatuhatta kävijää vuodessa ja tavoitteena on lisätä se noin 150 000 kävijään. Silloin alettaisiin olla jo hyvinkin kannattavassa liiketoiminnassa kiinni. Nytkin toiminta pyörii hyvin, josta kertoo se, että vaihtuvuus liikkeissä on ollut olematonta, Kärnä totaa.

TOIMIVA KONSEPTI KIINNOSTAA

– Omaan aikaani kuuluu itse asiassa nykyisin varsin paljon siihen, että muualta tullaan tutustumaan Taitokortteliin sillä silmällä, että myös omalle paikkakunnalle haluttaisiin perustaa vastaava, kertoo Kärnä konseptin herättämästä kiinnostuksesta. Kärnä onkin oikea ihminen esittelemään Taitokortteliä, sillä juuri hän oli koko näyn ja ennen kaikkea sen toteutuksen takana. Kärnä on edelleen väsymättömän innostunut Taitokorttelista.

– Vaikka Taitokorttelin rahalliset resurssit ovat rajalliset, olen henkilökohtaisesti panostanut paljon siihen, että tämä paikka näyttää ja näkyy oikein. Markkinointitoimenpiteiden on oltava linjakkaita sekä sisällöllisesti että ulkoasullisesti. Onnistunut miljöö antaa aina lisäarvoa tuotteille ja siinä olemme mielestä-



☞ PETRA KÄRNÄ

ni onnistuneet, tähdentää alunperin markkinoinnin maailmasta siirtynyt Kärnä Taitokorttelin olemuksen vaalimisen tärkeyttä. Myös median kiinnostus Taitokorttelia kohtaan on ollut suurta, sillä sen avaamisesta toukokuun 2006 jälkeen on paikasta tehty lähes 150 juttua eri medioihin.

Taitokorttelissa mukana olevat toimijat ovat useimmat elättäneet itsensä jo aikaisemmin omalla työllään. Aikaisemmin liiketoiminta perustui hyvin pitkälle suoriin asiakassuhteisiin, oman myymälän myötä etusijalle ovat nousseet itse tuotteet. Kärnä mukaan on äärimmäisen tärkeitä, että käsityöläinen saa jatkuvasti palautetta työstään suoraan kuluttajilta, sillä se pakottaa satsaamaan suunnitteluun.

– Käsityöläinen on kuitenkin usein taiteilija, joka toteuttaa omaa sisäistä näkyään töissään. Vuoropuhelu asiakkaiden kanssa on kuitenkin erinomaisen tärkeää asia, silloin kun halutaan tehdä tuotteilla myös oikeasti kauppaa. Tämä vuoropuhelu ei todellakaan tarkoita omien näkemysten hylkäämistä, vaan niiden altistamista muiden ihmisten palautteille. Näin on mahdollista syntyä tuotteita, jotka saavuttavat käyttäjänsä ja takaavat elannon tekijälleen, ynnää Kärnä yhtälöä.

ROCK ON PAITSI RAJATON RIEMU, MYÖS RAHAN LÄHDE

Joensuulla ja sen ympäristöllä on vahva asema suomalaisessa rockissa. Alueen väkimäärään nähden esiin putkahtelee jatkuvasti suuri määrä suosittuja artisteja. Nightwish, Eläkeläiset, 51koodia, Stella ja Samettivallankumous ovat paikallisia yhtyeitä, jotka viime vuosina ovat nousseet suosioon. Syytä tähän menestyksen kasautumiseen on miettelty myös Stella-yhtyeen lauluntekijä ja kitaristi **Janne Sivonen**.

– Yksi pääsyy on varmasti ilmapiiri, se että täällä soittaminen ja bändihommat ovat ikäänkuin sallittuja, jopa suotavia harrastuksia. Toinen syy on varmasti se, että koska täällä soittajia on kuitenkin vähemmän, niin kovin helposti ei muutella kokoonpanoja, vaan katsotaan loppuun asti, olisiko bändissä kuitenkin sitä jotakin. Sen oikean jutun löytäminen ottaa kuitenkin useimmiten aikansa, määrittelee Sivonen.

KEIKAT KUSTANNUSLASKELMIEN MUKAAN

– Musiikki on tällä hetkellä minun ja kitaristimme **Heikki Marttilan** päätyö, muut käyvät myös päivätöissä. Teoston tallennetun musiikin soittamisesta maksamat korvaukset ovat olennainen tulonlähde keikkapalkkioiden ohella. Mutta vieläkin väliillä pysähdyn ihmettelemään, että on se uskomatonta, että saa musiikilla elättää itsensä, kertoo Sivonen, joka elätti bändin alkutaipaleella itseään luokanopettajaopintojen ohella alan sijaisuuksilla.

Bändin kiertueen rakentaminen vaatii aina talouden pitämistä tiukasti hyppysissä.

– Keikkapalkkioiden koko määrittää sen, minkälaisella kokoonpanolla on mahdollista olla liikkeellä. Viime kesänä me pääsimme itse ensimmäisen kerran siihen tilanteeseen, että keikoille kannatti ottaa niin paljon teknistä henkilökuntaa, että meidän ei itse tarvinnut hoitaa roudaamista. Taidetta tehdään siihen asti, kun musiikki on valmista ja levyllä, sen jälkeen tämäkin homma on tuotteen myymistä ja kustannuslaskentaa. Olemme miettineet yhtyeen yhtiöittämistä, mutta vielä emme ole sitä saaneet aikaiseksi.

BISNESOSAAMISTA JA LAVAKARISMAA

Varsinkin menestyvimpien yhtyeiden takaa löytyy tänä päivänä yhä useammin oma yhtiö. Tämä antaa taiteilijoille mahdollisuuden optimoida taiteellisen menestyksensä myös taloudellisella puolella. Suosion ja tulojen suuruudesta kertoo jotain esimerkiksi se, että Tohmajärven veroäyrilistan kärkitiloilla komeili vuonna 2007 Kotiteollisuus-yhtyeen basisti ja Kotiteollisuus Yhtye Oy:n toimitusjohtaja **Janne Hongisto**.

Eräs merkittävä joensuulaisen rockmaiseman tekijä on Ilosaarirock. Suomen toiseksi vanhin yhä toimiva festivaali on myynyt itsensä ennakosta loppuun vuodesta 1998. Festivaalia järjestävä Joensuun Popmuusikot ry on osaltaan tukenut paikallisten tekijöiden menestystä myöntämällä rahastostaan apurahoja aloitteleville musiikintekijöille sekä antamalla paikallisille bändeille näkyvyyttä.

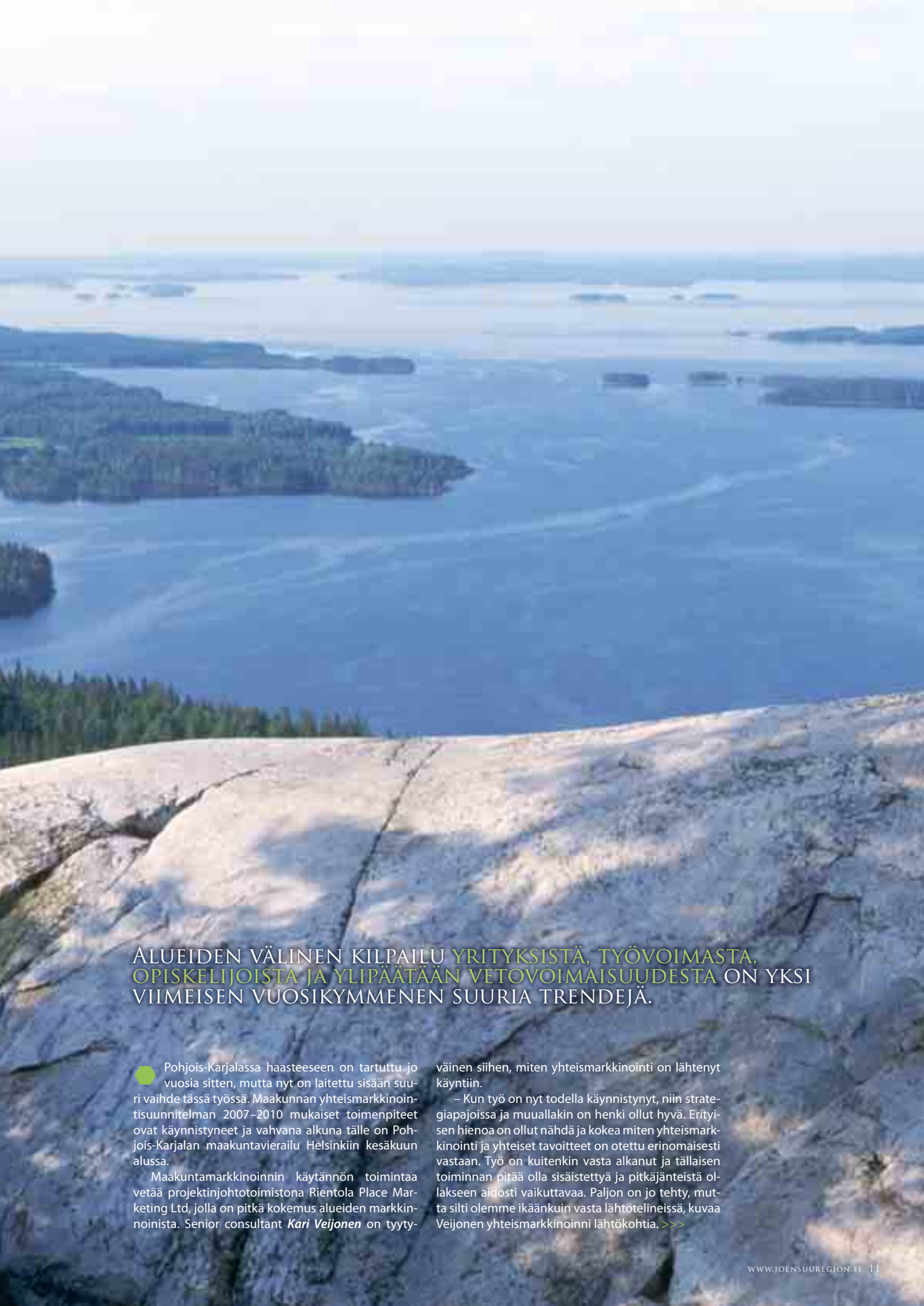


KUVA WWW.STELLANKOTINET

MAAKUNNAN VETOVOIMA ON
YHTEINEN ASIA



POHJOIS
KARJALA



ALUEIDEN VÄLINEN KILPAILU YRITYKSISTÄ, TYÖVOIMASTA, OPISKELIJOISTA JA YLIPÄÄTÄÄN VETOVOIMAISUUDESTA ON YKSI VIIMEISEN VUOSIKYMMENEN SUURIA TRENDEJÄ.

Pohjois-Karjalassa haasteeseen on tartuttu jo vuosia sitten, mutta nyt on laitettu sisään suuri vaihde tässä työssä. Maakunnan yhteismarkkinointisuunnitelman 2007–2010 mukaiset toimenpiteet ovat käynnistyneet ja vahvana alkuna tälle on Pohjois-Karjalan maakuntavierailu Helsinkiin kesäkuun alussa.

Maakuntamarkkinoinnin käytännön toimintaa vetää projektinjohtotoimistona Rientola Place Marketing Ltd, jolla on pitkä kokemus alueiden markkinoinnista. Senior consultant *Kari Veijonen* on tyyty-

väinen siihen, miten yhteismarkkinointi on lähtenyt käyntiin.

– Kun työ on nyt todella käynnistynyt, niin strategiapajoissa ja muuallakin on henki ollut hyvä. Erityisen hienoa on ollut nähdä ja kokea miten yhteismarkkinointi ja yhteiset tavoitteet on otettu erinomaisesti vastaan. Työ on kuitenkin vasta alkanut ja tällaisen toiminnan pitää olla sisäistettyä ja pitkäjänteistä olakseen aidosti vaikuttavaa. Paljon on jo tehty, mutta silti olemme ikäänkuin vasta lähtötelineissä, kuvaa Veijonen yhteismarkkinoinnin lähtökohtia. >>>

>>> Koko yhteismarkkinointihanke lähtee siitä, että mukana ovat kaikki mahdolliset tahot. Tämä sitoutuminen on lähtenyt liikkeelle arvokeskustelusta, jossa yhdessä on luotu keskustelun kautta kuva siitä, mitä Pohjois-Karjala on, voi olla ja ennen kaikkea mitä haluaa olla. Lopputulema on tiivistynyt paitsi olemassaoleviin vahvuksiin, myös termiin uusiutuminen. Paljon on hyvää, mutta parempaan on paljon mahdollisuuksia.

Huhtikuussa oli kutsuttu kokoon toista sataa pohjoiskarjalaista päättäjää ja vaikuttajaa yhteismarkkinoinnin käynnistystilaisuuteen ja siellä heitä pyydettiin sitoutumaan yhteisiin keinoihin ja päämääriin. Sitoutumisen välineenä oli maakuntalehti Karjalaisen etusivulla julkaistu ilmoitus, josta löytyivät asiat joihin sitoudutaan ja sen alle oli kerätty lähes kaksisataa nimeä elinkeinoelämän, julkisen sektorin, kolmannen sektorin, kulttuurin ja politiikan vaikuttajilta.

– Tahtotila ratkaisee tällaisissa asioissa ja se tahtotila on meidän kokemuksemme mukaan kunnossa Pohjois-Karjalassa, tähdentää Veijonen.

Myös maakunnan päässä projektia koordinoivassa Pohjois-Karjalan maakuntaliitossa ollaan yllytyväisiä.

– Yllätyimme maakunnassa vallitsevasta vahvasta tahtotilasta ja positiivisesta mielialasta. Yhteismarkkinointia koskeva kysely lähetettiin 515 taholle, joista noin puolet oli yrityksiä. Tutkimukseen vastasi 233 henkilöä, joista 97 % kertoi olevansa mielellään mukana yhteisessä maakunnan markkinointiponnistuksessa, Pohjois-Karjalan maakuntaliiton kehittämispäällikkö **Pekka Huovinen** myhäili.

– Olemme viime vuosina markkinoineet Pohjois-Karjalaa monin eri tavoin, on ollut Suurta Seikkailua Kolilla ja muitakin tv-kampanjoita. Muuttovirta on saatu käännettyä maakuntaamme kohden. Täällä oleva metalli- ja kiviteollisuus paukuttaa kovia tunnuslukuja, joten omaa maakuntaa on helppo tuoda esille, Huovinen jatkaa.

MISSÄ MENNÄÄN

Maakunnan yhteismarkkinoinnin pohjaksi toteutettiin Taloustutkimuksen kanssa yhteistyössä Pohjois-Karjalan maakunnan tunnettuus ja imago 2008 –tutkimus, jossa kartoitettiin 650 hengen mielikuvia maakunnasta. Maaliskuussa 2008 puhelinhaastatteluna toteutettu kysely uusitaan 2010, jolloin nähdään markkinointiponnistelujen tuloksia. Tutkimus toteutettiin kolmessa kohde-ryhmässä: mannersuomalaiset, pohjoiskarjalaiset ja pääkaupunkiseudun yritys päättäjät.

Vahvimpina spontaaneina mielikuvina tutkimuksissa nousivat esille luonto, Koli, Joensuu ja Venäjän raja. Ympäristön puhtauden ja luonnon mielikuvien vahvuudesta kertoo johtain se, että yli puolet muualla asuvista voisi harkita loma-asunnon hankkimista Pohjois-Karjalasta.

Tutkimukseen kuului lähes 200 hengen otos pohjoiskarjalaisia ja näin saatiin vertailuaineistoa siihen kuinka täällä tai muualla asuvat näkevät asioita hieman eri tavoin. Pohjois-Karjalassa asuvat itse pitävät maakunnan elinolosuhteita muiden maakuntien tasoisena, kun taas alueen ulkopuolella Pohjois-Karjalan elinolosuhteet nähdään muuta Suomea heikompina. Päälimmäisenä syynä ovat käsitykset alueen huonosta työtilanteesta. Silti noin puolet vastanneista voisi ajatella asuvansa tai opiskelevansa Pohjois-Karjalassa. Yhteenvetona tutkimuksen tuloksista voi vetää sen johtopäätöksen, että Pohjois-Karjalan oloja ei kovin hyvin muualla tunneta, mutta mielikuvat pääosin ovat myönteisiä tai neutraaleja.

TERÄSVAARI NEUVONANTAJANA

Rientola Place Marketing Ltd on turkulainen, seutu- ja aluemarkkinointiin keskittynyt yritys, mutta etäisyys ei tällaisissa asioissa ole este, vaan pikemminkin siitä on hyötyä. Veijonen uskoo, että ulkopuolelta voi joitakin asioita nähdä selkeämmin.

– Oman toimintamme myötä seuraamme tietysti tarkkaan mitä ja miten suomalaiset alueet tekevät ja näkyvät. Kun nyt olemme vielä tarkemmin tutustuneet Pohjois-Karjalaan ja olemme oppineet enemmän alueesta ja sen toimijoista, niin tunnelmat ovat todella hyvät. Itseleni Pohjois-Karjala on tullut vaimoni sedän, 95-vuotiaan juuka-

laisen teräsvaarin **Heino Honkasen** kautta. Olemme viikottain puheissa ja muutaman kerran vuodessa pääsemme käymäänkin hänen luonaan. Hänellä on yrittäjätausta, joka yhdistettynä hänen ikäänsä ja ajattelun kirikkauteensa, on ollut minulle loistava tapa tutustua tähän maakuntaan. Hän on kerta kaikkiaan loistava neuvonantaja tähänkin työhön, kertoo Veijonen.

ISOSTI ALKUUN

Pohjois-Karjalan yhteismarkkinointi etenee vuoteen 2010 vuosittaisilla painopisteteemoilla. Vuoden 2007 aikana luotiin pohja, joka tarkoitti tiedonhankintaa, suunnitelman rakentamista, sisäistä markkinointia ja neuvottelua kumppanuuksista.

Vuonna 2008 on päästy jo käsiksi ulospäin näkyviin asioihin. Vuoden teemana on aktiivinen toiminta kotimaassa ja kansainvälisesti ja suurena lähtölaukauksena on Pohjois-Karjalan maakuntavierailu Helsinkiin kesäkuun alussa. Senaatintori siirretään silloin Kolin juurelle karjalaisen kylän avulla, jossa maakunnan erilaiset toimijat esittelevät itseään ja tuotteitaan. Samaan aikaan kulttuuri levittäytyy kaupunkiin, kun Espan lavalla esiintyvät pohjoiskarjalaiset taiteilijat. Ilosaarirockin järjestäjänä tunnettu Joensuun Popmuusikot ry puolestaan järjestää Kaivarissa suurkonsertin, jossa lavalle tuodaan maakunnan musiikkia ja myös vahvassa nousussa oleva elokuva-ala.

Vuosina 2009–2010 markkinointi kotimaassa jatkuu, mutta painopistettä siirretään enemmän myös kansainväliseen markkinointiin. Luonnollinen suunta kansainväliselle markkinoinnille on Venäjä ja erityisesti Pietarin alue. Kotimaassa markkinointi keskittyy pääkaupunkiseudulle. Näiltä alueilta tavoitellaan ensisijaisesti asukkaita, yrityksiä, investoijia ja matkailijoita.



1977 : AMERIKKALAINEN KIRJAILIJA KURT VONNEGUT SYÖ KOHMEISIA MUSTIKOITA LOKAKUISEN KOLIN LUONNONRAUHASSA. MYÖHEMMIN HÄN KUVAILI HETKEÄ GUARDIAN-LEHDEN HAASTATELIJALLE ELÄMÄNSÄ ONNELLISIMMAKSI.



☞ SANOMALEHTI KARJALAINEN
15.4.2008

TEKEMISEN PAIKKA

☞ Minkäläinen kuva Pohjois-Karjalasta on muualla Suomessa tai maamme rajojen ulkopuolella? Alueiden välisen kilpailun lisääntyessä mielikuva maakunnastamme on tärkeämpi kuin koskaan. Siksi olemme 8. huhtikuuta 2008 käynnistäneet pitkäjänteisen yhteistyön Pohjois-Karjalan markkinoimiseksi niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

Haluamme lisätä Pohjois-Karjalan elinvoimaisuutta ja kilpailukykyä tekemällä tunnetuksi maakunnan parhaita puolia, yrittämisen edellytyksiä ja mahdollisuuksia hyvään elämään. Yhteismarkkinoinnin käynnistäminen kertoo maakunnan yhteisestä tahtotilasta vastata tulevaisuuden haasteisiin. Yhdistämällä voimavaramme moninkertaisimme markkinointityömme vaikutukset: saamme enemmän näkyvyyttä ja saavutamme konkreettisia tuloksia.

Onnistumisen edellytyksiin kuuluu terve itsetunto. Siksi kerromme ensin minkälaisia ihmisiä ja osajia, ilmiöitä, tapahtumia, yrityksiä ja innovaatioita sekä minkälaista huolenpitoa omasta ympäristöstämme löytyy.

Sen jälkeen viemme viestimme pääkaupunkiseudulle ja muualle Suomeen. Kampanjointi käynnistyy toukokuussa ja ilo elää Pohjois-Karjalan maakuntatapahtumassa Senaattorilla Helsingissä 13.-15.6.2008 ja rokki raikaa Kaivopuistossa 15.6. koko perheelle tarkoitetussa konsertissa.

Maakuntakuvan vahvistamiseen ei yksi tapahtuma riitä. Siksi olemme sitoutuneet useita vuosia kestävään yhteistyöhön.

Pohjois-Karjala pitää huolta ihmisestä ja ympäristöstä.



■ Mitä saadaan aikaan, jos yhdistetään 4000 opiskelijaa ja pohjoiskarjalainen pk-yritys? Luultavasti aika paljon, mutta ainakin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun INNOstudion® perusajatus liittyy yhteen opiskelijat, koulutetut osaajat ja kehittymishaluiset yritykset.

– Innovaatioleiri on kehitetty alun perin tuotekehitystyön tueksi, mutta sitä on käytetty onnistuneesti myös yrityskuvan kehittämiseen sekä monenlaisten konseptien luomiseen. Tarkoitus on tuottaa lyhyessä ajassa suuri määrä laadukkaita ideoita. Pölyttää rutiineja ja avata uusia näkökulmia. Samalla avautuu usein yksittäistä tuotetta tai palvelua laajempiakin liiketoimintaan liittyviä lukkoja, ammattikorkeakoulun organisaatiossa innovaatiroleireistä vastaavan muotoilun palvelukeskuksen koordinaattori **Mikko Matveinen** valottaa taustoja.

– Mallia INNOstudioon® on haettu Scuola Italiana Design'n vuosittain järjestettävästä workshopista, jossa on käsitelty mm. Alfa Romeon, Benettonin sekä Filan toimeksiantoja. Parhaita innovaatiotoiminnan käytäntöjä on selvitetty myös muualta maailmalta. Saatujen kokemusten perusteella on alettu hiomaan omaa konseptia tšekäläisten yritysten tarpeita vastaaviksi.

Vuosituhanneen vaihteesta alkaen järjestettyä INNOstudio®-innovaatiroleirejä pidetään vuositasolla kymmenkunta. Leireille osallistuu opiskelijoita, organisaatioiden sekä yritysten edustajia. Muotoilun palvelukeskuksen väki suunnittelee ja ohjaa toimintaa leireillä. Innovaatiotapahtumien ideointikohteet tulevat keskenään hyvinkin erilaisilta toimialoilta.

– Myös osallistujia on mukana kaikilta koulutusaloilta, ja tarvittaessa leirille otetaan mukaan myös loppukäyttäjää. Esimerkiksi esteettömyyteen liittyvässä projektissa oman näkökulmansa ideointiin toivat eläkeläiset, Matveinen muistelee.

OIKEA TARKOITUS MOTIVOI

Opiskelijalle INNOstudio® antaa mahdollisuuden edistää opintojaan oikeiden, asiakkaan olemassa olevien tarpeiden pohjalta nousevien projektien parissa. Tämä nousee tulevaisuuden tekijöiden kanssa keskustellessa opintopisteitäkin tärkeämmäksi seikaksi.

– Oikea case motivoi näkemään vaivaa lopputuloksen eteen enemmän. Työllä tuntu olevan tarkoitus, tiivistää osallistumismotiivinsa **Tiina Rovio**, teollisen muotoilun toiselta vuosikursuilta.

– Toisaalta leireillä mukana olleilla on val-

mistuessaan valmiita kontakteja niin asiakkaan roolissa olleisiin yrityselämän edustajiin kuin samaan ryhmään kuuluneisiin kansaopiskelijoihin. Eikä sekään ole mitenkään harvinaista, että leiriltä liikkeelle lähtenyt yhteistyö on jatkunut luontevasti suunnittelua eteenpäin vievän opiskelijan palkkaamiseen, Matveinen huomauttaa.

– Oman mielenkiintonsa tuo myös se, että mukaan lähtiessä ei tiedä mihin on menossa. Ilmoittautuessaan heittäytyy tuntemattoman haasteen eteen, teollisen muotoilun lopputyötään räkkyläläiselle Koistinen Kantele Oy:lle valmistelevalle **Henna Konttinen** lisää.

– Samalla oppii näkökulmia muilta ja löytää uusia työskentelytapoja oman työskentelynsä kehittämiseksi. Tutustumisen ja yhteisen sävelen löytymisen kautta arvostus muita aloja kohtaan kasvaa.

HYVÄT IDEAT SYNTYVÄT PAKOTTAMATTA

Osa INNOstudio®-työskentelymenetelmän tehokkuudesta syntyy sen intensiivisyydestä. Leirille lähdetään usein pois oppilaitosympäristöstä – vaikkapa luonnon keskelle, eroon häiriötekijöistä. Jos kesken kaiken lähdetään yöksi kotiin, menee aamulla taas oma aikansa, ennen kuin ajatukset on saatu koottua ta-

IDEAA PUKKAA

KUVA MIKA SORMUNEN TEKSTI TIMO KUPIAINEN



kaisin käsiteltävään ongelmaan. Leiriympäristössä aivot prosessoivat koko ajan käsiteltävää aihetta ja ideat voivat nousta pintaan vaikka ryhmän yhteisellä lumikenkäretkellä tai saunan lauteilla. Ideoinnin lähtökohtana käytetään esimerkiksi tulevaisuuden trendejä ja käyttäjien kokemuksia.

– Ajatuksia kerätään aluksi mahdollisimman paljon ilman minkäänlaista itsesensuuria. Kaikki ideat saa ja pitääkin sanoa ääneen. Hyvä idea voi syntyä aivan hullulta tuntuvan heiton pohjalta, Rovio tietää.

– Sen leireillä on oivaltanut, etteivät ideat tule pakottamalla. Aivoille on annettava aikaa sulatella sisään syötettyä dataa. Sulatteluprosessi pyöri silloinkin jossain alitajunnassa, kun asiaa ei itse edes tajua käsittelevänsä, Konttinen jatkaa.

Valmiita tuotteita opiskelijoille ei portfoliointinsa ehdi useinkaan syntyä, sillä ideoidut konseptit ovat monesti salaisia, ja etenevät hitaasti tuotantotasolle ja markkinoille. Luontokeskus Petolan kanssa tehty tuotteistamisprojekti on esimerkki harvinaisen nopeasti sujuneesta toiminnasta.

– Luontokeskuksen matkamuistomyymälän valikoimaan päätyi leirin pohjalta minun suunnittelemani koru. Sehän toimii kyllä ihan konkreettisena työnäytteenä.

POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU OPETTAA KÄYTÄNNÖN KAUITTA

● INNOstudio® ei ole ainoa PKAMK:n työelämän suuntaan tehty askel opetuksen kehittämisessä. Muoviteknikan koulutusohjelmassa toimiva CAE-akatemia on tuotekehityksen erikoisyksikkö, jossa opiskelijat vaikuttavat itse siihen, mitä ja millä tavoin he opiskelevat. Opiskelu tapahtuu modernissa oppimisympäristössä ja nykyaikaisilla laitteilla osuuskunnan kautta yrityksiin tehtävillä projekteilla. Osuuskunnan jäsenenä työskenteleminen vaatii sitoutumista ja itsekuria, mutta antaa myös paljon niille, jotka pitävät haasteista ja itsensä toteuttamisesta. Onnistumista arvioivat asiakkaat, oma tiimi ja oppija itse.

Viestinnän koulutusohjelmassa viimeisten vuosien valinnaiset opinnot suoritetaan Cadi-media-oppimisympäristössä projektimuotoisesti tuotannoissa työskentelemällä. Näin opiskelijoilta vaaditaan enemmän vastuuta, mutta he pääsevät vastaavasti työskentelemään jo kouluaikana tulevissa ammattirooleissaan, aidoissa koulutus- tai tilaustuotannoissa.

D'ART Muotoilun palvelukeskus tarjoaa yrityksille INNOstudio®-leirien ohella myös opiskelijoiden tai hautomoyrittäjien toteuttamaa suunnittelupalvelua sekä mallinnusta ja tuotetestausta. D'ARTin toimialoihin kuuluvat teollinen muotoilu, graafinen suunnittelu, vaatesuunnittelu, tekstiilisuunnittelu, tuotesuunnittelu erityisryhmille, sisustussuunnittelu ja messusuunnittelu.

INNOSTUDIO®-KONSEPTI VALJASTAA OPISKELIJOIDEN NUORUUDEN INNON JA TUOREET NÄKÖKULMAT YRITYSTEN TARPEISIIN.



ASUMISESSA JA RAKENTAMISESSA ON KÄYNNISSÄ SUURI MURROSVAIHE – SÄÄDÖKSET KIRISTYVÄT JA ENERGIAN HINTA KALLISTUU KOHTI KIPURAJAA.



JONKUN



POHJOIS-KARJALASSA EI JÄÄDÄ ODOTTELEMAAN MITÄ
TULEMAN PITÄÄ, VAAN HALUTAAN OLLA ETURINTAMASSA
KEHITTÄMÄSSÄ TULEVAISUUDEN RATKAISUJA.

ON OLTAVA ENSIMMÄINEN

TEKSTI TIMO KUPIAINEN

● Kontiolahden Suutelaan rakennetaan lähivuosina monella tapaa ainutlaatuinen asuinalue. Oulun yliopiston Moderni puukaupunki -hankkeessa mukana olevasta kohteesta tulee Suomen laajin uusiutuvia energiamuotoja käyttävä puutaloalue. Alueen lämmitys tullaan hoitamaan pääasiallisesti haketta hyödyntävällä mikrolämpöverkolla, johon voidaan yhdistää muita uusiutuvia energialähteitä käyttäviä lämmitysjärjestelmiä suoraan tai talokohtaisesti. Uutta luodaan myös matalaenergiarakentamisen saralla: lämmöneristyksessä ja lämmön talteenotossa nouseaan suoraan vuonna 2010 voimaantulevien uusien rakennusmääräysten tasolle. Miljösuunnitteluun tuodaan uusia puunkäyttötapoja sekä piha- ja ympäristörakentamiseen että sisustamiseen.

– Energiategohkuus otetaan huomioon koko asumisen elinkaareissa. Kuinka paljon meidän luomamme tuote tai palvelu käyttää energiaa elinkaarensa aikana? Tähän on myös kyettävä määrittelemään helposti ymmärrettävä yksikkö, että asukas ymmärtää mitä ostaessaan saa pitkällä tähtäimellä, hankkeen yhteistyötä koordinoiva kehityspäällikkö **Ilpo Saukkonen** Joensuun Tiedepuisto Oy:stä toteaa.

– Kaikessa pyritään käyttäjälähtöiseen suunnitteluun, toteutukseen ja palvelujen tuottamiseen. Mahdollisimman hyvän lopputuloksen aikaansaamiseksi olemme koonneet sidosryhmäverkoston, selittäneet mitä olemme tekemässä ja kuunnelleet korva tarkkana mitä he ovat aiikeistamme mieltä. Parhaimmillaan alueesta tulee naapuruston yhteinen asia, jonka syntymiseen on itse oltu vaikuttamassa.

– Moderni puukaupunki -hanke on toiminut 90-luvun lopulta saakka. Se on hyvä kumppani tällaiselle pilotille, koska heillä on pitkä kokemus takanaan. Lisäksi suunnittelemassa ovat nuoret, innovatiiviset opiskelijat, jotka eivät ole kangistuneet kaavoihin, vaan osaavat katsoa haastetta avoimin mielin, Saukkonen miettii.

LIIKETOIMINTAMAHDOLLISUUDET OVAT PALVELUSSA

Kun kymmenen vuotta sitten fossiilinen energia oli vielä halvempaa, ei uusiutuvien energiamuotojen ympärille syntynyt vielä kunnan keskustelua, sillä niiden ympärille ei vielä voinut rakentaa liiketoimintaa. Nyt tilanne on toinen. Kansainvälistyminen on tuonut mukanaan sen, että kilpailevia, entistä halvempia tuotteita ilmestyy tarjolle koko ajan enemmän. Enää pelkkä tuote ei riitä, sille on saatava kylkeen huolto koko elinkaareksi. Lisäarvo syntyykin näin jo enemmän palvelusta kuin itse tuotteen ominaisuuksista.

Suutelaan tuleva mikrolämpöverkko on hyvä esimerkki asumiseen ja energiateknologiaan liittyvistä liiketoimintamahdollisuuksista. Jonkun on suunniteltava, rakennettava ja ylläpidettävä alueen yhteistä lämpöhuoltoa.

– Energiapuun hankinta on meidän maakuntamme vahvaa aluetta, korostaa Saukkosen kanssa samassa työhuoneessa istuva kehityspäällikkö **Timo Tahvanainen**. Tahvanainen vastaa Pohjois-Karjalan osaamiskeskuksesta Uusiutuvan metsäteollisuuden sekä Energiateknologian osaamisklustereita, kun Saukkosen erityisalueet ovat Asumisen osaamisklusterissa.

– Suutelassa voidaan hyödyntää hyväksi havaittuja toimintamalleja skaalaamalla pienemmäksi maakunnassa jo toimivien lämpövoimaloiden ratkaisuja.

– Täällä toimii lisäksi useampia puunkorjuu- ja käsittelyteknologian maailmanlaajuisia edelläkävijäyrityksiä, esimerkkinä John Deere Forestry Oy, Kesla Oyj, Mantinen Group Ltd Oy sekä lisälaitteita valmistava Pentin Paja Oy. Teknologian sekä osaamisen ulkomaille vientiin taas on tehty jo vuosia töitä Wenetpuuenergiaverkostossa, Tahvanainen listaa.

Keski-Euroopassa on jo kehitetty standardeja energiatehokkaalle rakentamiselle erilaisten matalaenergia- ja passiivitalojen muodossa. Tähän kelkkaan Tahvanainen hoputtaa Suomeakin mukaan.

– Kun rakennusten energiatehokkuutta on alettu saada teknologian avulla kuriin, on maailmalla alettu korostaa jo myös ns. harmaata energiaa rakentamisessa. Tällä tarkoitetaan sitä, kuinka paljon energiaa on käytetty rakentamiseen sekä raaka-aineisiin. Jos tämä trendi yleistyy, puu on hiilidioksidia varastoina materiaalina entistä vahvemmillä.

NYT ON PARAS AIKA KEHITTÄÄ

Samanlaista aluerakentamisen ajattelutapaa Suutelan kanssa noudatetaan Rakennusliike Taskinen Oy:n rakentamalla Joensuun Ukoniityn pientaloalueella. Moderni puukaupunki -hankkeen kohde sekkin. Ukoniityllä kehittämisen pääpaino vain on enemmän oikean konseptin löytämisessä kokonaisen alueen rakentamiseen niin, että siitä saadaan liiketoiminnallisesti kannattavaa.

– Kotia ostettaessa ei hankita enää vain taloa, vaan koko naapurustoa ja elinympäristöä. Samaan aikaan into itse tekemiseen hiipuu jatkuvasti. Se mihin halutaan itse vaikuttaa, on pohjaratkaisut ja sisustukselliset asiat. Muu osa halutaan mahdollisimman valmiina, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun puualan yliopettaja, **Timo Pakarinen** tietää.

– Meillä on Pohjois-Karjalassa hirveän hyvin tietotaito hallussa siitä, kuinka puu saadaan kerättyä metsästä ja miten se kannattaa kuljettaa sahalle. Samoin rakennustekniikassa osaaminen on huipputasoa. Nyt kun saadaan vielä työkalut tällaisten alueiden toimivaan rakentamiseen, on meillä kaikki mahdollisuudet kehittää ainutlaatuinen konsepti.

– Nyt on paras aika kehittää, kun kysyntä on laskussa. Jos saamme seuraavaan nousuun valmiit työkalut tarjolle, olemme päässeet tavoitteeseemme. Silloin yrityksemme ovat vahvoilla kasvavilla markkinoilla.

Tuotteistaminen on Pakarisen mukaan karrikoidusti sanoen mahdollista viedä niin pitkälle, että rakennuspaikalla poistetaan talon osista vain muovit päältä ja asennetaan

ENERGIATEHOKKUUS OTETAAN HUOMIOON KOKO ASUMISEN ELINKAARESSA.

paikoilleen. Silloin myös vientimarkkinat avautuisivat aivan toisella tavalla.

– Eräs keskieuropalainen yritys on vienyt tuotteistussajattusta jo siihen suuntaan, että talo toimitetaan yhteen konttiin pakattuina moduuleina. Päälimmäisenä paketissa on työkalupakki, johon ei kuulu sahaa. Jos asennusvaiheessa jotain tarvitsisi sahata, on jokin osa mennyt väärin, Pakarinen heittää esimerkin.

– Meillä omakotitaloon halutaan yleisesti saada mukaan se oma kädenjälki. Rakentamista koskeissa keskusteluissa on kuitenkin vilahtanut jopa sellainen ajatus, että jossain vaiheessa pankit eivät suostuisi ottamaan lainan vakuudeksi taloa, joka ei ole ns. ammattilaisen rakentama. Perusajatuksena tuoteistamisessa voidaan pitää, että kun tehdään rakentaminen sisätiloissa, on laatu lähtökohdaisesti parempi kuin marraskuun räntäsaateissa työskennellessä.

KUNNALLE HAASTE JA MAHDOLLISUUS

Konttiolahden Lehmon alue, jossa Suutelan pellot sijaitsevat, on aina ollut kysyttyä seutua loistavan sijaintinsa ansiosta. Joensuun kaupunki palveluineen on pyörämatkan päässä, kuusi kilometriä Suutelasta.

– Tällaisen kohteen rakentaminen ja markkinointi on kuitenkin aivan uutta niin meille kuin muillekin. Kuntahan ei itse varsinaisesti rakenna mitään, vaan luovuttaa vain tontit, Konttiolahden kunnan vs. kaavoitusjohtaja **Vesa Huohvanainen** muistuttaa.

– Meidän on osattava kääntää niin suunnittelijoiden kuin rakentajien päät ja luoda itse normisto, joka kestää tulevatkin säädökset. Kun talot ja niiden lämmitys on suunniteltu mahdollisimman energiatehokkaiksi ja asuminen tehdään energiaa säästään, aletaan oikeasti päästä tuloksiin ilmastonmuutoksen hillitsemisessä. Nyt tekemisessä ollaan vielä valitettavan paljon puheen asteella.

– Jonkun on oltava ensimmäinen. Onhan kunnan visiokin olla kehityksen edelläkävijä – se velvoittaa meitä myös asumisen ja kestävän kehityksen alueilla.

LIPERIN KUNNANJOHTAJA HANNELE MIKKANEN: "VAPAA-AJAN ASUMINEN KEHITTÄÄ MYÖS ASUMISTA"

Ennen mökillä käytiin lomailemassa viikko tai pari kesällä. Nyt pääasiassa talviasuttavaksi tehdylle kakkosasunnolla ollaan keskimäärin puolitoista kuumakautta vuodesta. Tämä on tärkeää tutkimustietoa Liperin kaltaisille kesäkunnille.

Liperin pinta-alasta kolmannes on vettä. Siinä lienee pääsyy miksi paikkakunta on Pohjois-Karjalan ykkönen vapaa-ajan asuntojen määrässä. Koska lähes kolmestatuhanesta vapaa-ajan asunnosta vain kuusisataa on paikallisten asukkaiden omistuksessa, haluaa kunta aktiivisesti huomioida kesäasukkaansa ja kannustaa heitä vaikuttamaan omaan vapaa-ajan viettoonsa liittyviin asioihin.

– Panostamme mm. haja-asutusalueiden vesihuoltoon, että vapaa-ajan asunnot ja kakkoskodit olisi mahdollisuus liittää kunnan viemäriverkostoon. Kun fasilitetit ovat kunnossa, vapaa-ajan asunnolla viihdytään pitempään Liperin kunnanjohtaja **Hannele Mikkänen** ynnää.

– Toinen tärkeä asia ovat haja-asutusalueiden laajakaistayhteydet. Jos haluamme vapaa-ajan asukkaamme viihtyvän kunnassamme mahdollisimman suuren osan vuodesta, on heille luotava siihen myös mahdollisuudet. Sitten on vielä tiestö. Kunnostusta ei voi jättää pelkkiin päätteihin, vaan satsauksia on tehtävä myös haja-asutusalueilla, joissa pääosa vapaa-ajan asunnoista on. Kaikki em. panostukset kohdistuvat samalla paikallisen väestön asuinolosuhteisiin.

MÖKKILÄISTOIMIKUNTA KEHITYKSEN TUKENA

Mikkasen mukaan kesäasukkaita ei perinteisesti noteerata tarpeeksi hyvin. Moni on ollut avoimen yllättynyt ja kiitollinen, kun kunnasta on otettu heihin yhteyttä ja pyydetty mukaan kehittämään yhteisiä asioita.

– Kun edistämme vapaa-ajan asumisen asioita, edistämme myös vakinaisesti kunnassa asuvien asioita. Ideoita ja kehittämistoiveita tulee ulkopaikkakuntalaisilta jatkuvasti, saamme kuntamme eteenpäin viemiseen hyvää sparrausapua ympäri maata ja kansainvälisestäkin.

– Koossa on nyt kolmas mökkiläistoimikunta. Toiminta jalostuu koko ajan, ja aikaan saadaan entistä enemmän. Lisäksi meillä mm. vuosittainen mökkiläisten rantakalailta, johon osallistuu perinteisesti nelisensataa henkeä. Käsittelemme illassa aina tiettyä teemaa, tänä vuonna esim. vesihuoltoa sekä siihen liittyvän lainsäädännön vaatimuksia. Teemasta kerromme tarkemmin kaikille kesäasukkaille jakamassamme mökkiläiskirjeessä, että nekin, jotka eivät ole päässeet rantakalailtaan tietävät missä mennään.

Ihmisten kiinnostus haja-asutusasumiseen ja maa-seutuarvoihin on nähtävissä Liperissä selvästi. Sadasta vuosittaisesta kuntaan rakennettavasta talosta puolet sijoittuu taajamien ulkopuolelle.

– Normaalisti haja-asutusalueelle rakentava perhe on asunut ensin kaupunkiasunnossa, sitten omakotitalossa taajamatontilla. Lopulta halutaan lisää tilaa.

– Väljyys ja luonnonläheisyys ovat valttejamme. Se meidän on huomioitava myös palveluja rakentaessamme, Mikkänen vetää suuntalinjoja.

Pekka Savanderilla on tavatessamme edessä hikiset oltavat. Nanocomp Oy:n varatoimitusjohtaja on lähdössä viideksi viikoksi keväiseen Japaniin sikkäläisen teollisuusministeriön ja EU:n rahoittamaan H RTP (Human Resource Training Programme) -ohjelmaan.

KOHTI NOUSEVAA AURINKOAA

– Luvassa on pitkiä päiviä tumma puku päällä. Viiden viikon intensiivikoulutuksessa syvennyttään laajasti paikalliseen kieleen, talouteen, kulttuuriin ja sopimus-kulttuuriin. Lisäksi yhtenä osana ovat yrityksen tarpeiden mukaan räätälöidyt yritystapaamiset ihan suoraan business matching -tyyliin, Savander tietää.

H RTP-koulutus järjestetään Japanissa vuosittain. Mukaan valitaan Japanin markkinoille tähtäävien pk-yritysten edustajia ympäri Eurooppaa. Savanderin kurssin numero on 44.

– Tänä vuonna meitä on mukana kaksitoista henkeä kymmenestä eri maasta. Toimialoja ei ole mitenkään rajattu, kurssikavereitteni asiantuntemus vaihtelee avaruustekniikasta vaatedesigniin. Ensimmäisen tapaamisen perusteella kaikki on järjestetty japanilaiseen tyyliin viimeisen päälle ammattimaisesti ja jo pelkästään osallistujaporukasta voi löytyä hyödyllisiä kontakteja tulevaisuutta varten.

SUOMALAINEN TUOTANTO ISKEE TAKAISIN

Osataan Savanderin koulutukseen osallistumiseen vaikuttaa Nanocomp Oy:n oman toiminnan viime aikoina ottama uusi suunta. Pitkikänteisen työn tuloksena painotus on kääntymässä rohkeasti asiakaslähtöisestä tuotekehityksestä teollisen tuotannon käynnistämiseen.

– Ehkä parhaiten muutoksesta kertoo se, että viime vuonna meitä oli seitsemän, nyt kaksikymmentäkaksi. Jos aiemmin keskityimme lähinnä tuhansissa pyörivien protosarjojen valmistukseen, hypätään nyt määrissä satojen tuhansien tuotantoon. Jatkossa jopa kymmeniin miljooniin, Savander kaavaillee.

– Nanocomp on tehnyt satunnaista kauppaa Japaniin vuodesta 1999 lähtien. Japanissa meidän alamme erikoisosaaminen on kuitenkin jättimäisten konsernien seinien sisällä. Yhteyksien luominen on siksi vaikeampaa kuin vaikkapa Eurooppaan, jossa pieniä, erikoistuneita toimijoita on tyypillisesti enemmän. Koulutuksella haetaan työkaluja pään avaamiselle systemaattiseen kaupantekoon idän suuntaan.

Diffraaktiivisen optiikan ala on nuori ja todellinen kilpailu maailmanlaajuisesti vielä vähäistä. Alan pioneeri-luonteesta kertoo jotain se, että useampi Nanocompin kilpailija on myös heidän asiakkaansa. Massatuotteita on harva pystynyt aikaisemmin toteuttamaan. Valmistuskokonaisuus vaatii teknologista osaamista diffraaktiivisen optiikan suunnittelusta, alkuperäiskappaleiden valmistuksesta, tuotekohtaisten työkalujen valmistuksesta sekä viimekädessä ainutlaatuiset, erikoisoptiikan valmistukseen räätälöidyt tuotantolinjat. Lähimmäksi osuvat seteleissä, luottokorteissa ja asiakirjoissa käytettävät painohologrammit, mutta nekin ovat loppujen lopuksi nykyvaatimuksiin nähden aika kaukana rakennetarkkuudessaan.

– Meillä on vahva usko, että teolliselle tuotannolle on sijaa näin erikoistuneella alalla myös Euroopassa, ainakin Joensuun seudulla. Pitkälle vietyä tietotaitoa ei voi noin vain viedä pois, Savander huomauttaa.

– Mahdollisuuksia on rajattomasti, haasteena on löytää se oikea yhteistyökanava.

HEIKKI KOIVUROVALLE VUODEN MUOVITEKO -STIPENDI

Joensuulainen teollinen muotoilija Heikki Koivurova on palkittu luonnonkuitukomposiittien kehitystyöstä valtakunnallisella Vuoden muoviteko -stipendillä. Koivurova vastaanotti Suomen Messusäätiön ensi kertaa jakaman 3 000 euron palkinnon huhtikuussa Helsingissä. Stipendin saajan valitsi Muoviyhdistys ry:n hallitus.

Luonnonkuitukomposiitin alkutahdit iskettiin käytäväkeskustelussa, kun Koivurova esitti visionsa selluloosakuidun ja muovin yhdistämisestä silloiselle Joensuun Tiedepuisto Oy:n toimitusjohtaja **Ari Hakkaraiselle**. Kehitystyötä käynnistettiin yhteistyössä Joensuun Tiedepuisto Oy:n asiantuntijoiden kanssa. Mylly pyörähti kunnolla käyntiin vuonna

2001 Pohjois-Karjalan osaamiskeskusohjelman, Tekesin ja 19 yrityksen rahoittamana hankkeena, jonka aikana syntyi materiaalin tuotantoteknologia ja muutamia tuotteita.

– Saimme yhteiskunnalta projektiin 500 000 euroa. Olemme mielestäni maksaneet summan hyvin takaisin, kun luonnonkuitukomposiitin ympärille on syntynyt jo 40 uutta työpaikkaa. Uskon, että materiaali pysyy työllistämään noin tuhat henkilöä vuoteen 2012 mennessä Koivurova arvioi.

AINUTLAATUINEN MATERIAALI SOITINTUOTANTOON

Koivurova näkee, että Pohjois-Karjalalla on erinomaiset edellytykset soitintuotannon ja

akustisen osaamiskeskittymän rakentamiseen. Täältä löytyvät raaka-aineet, tekijät ja tekniikka, mutta ne pitäisi nyt nivoa yhteen. Loistavasta tutkimustyöstä vastaa myös Joensuun yliopiston kemian laitos.

– Maakuntaan tulisi synnyttää sellaista liiketoimintaa, jota täältä ei voida siirtää pois. Jo 2–3 henkilötyövuodella ja 100 000 euron vuosipanostuksilla päästäisiin asiassa pitkälle. Yksityinen sektori on jo omilla satsauksilla osoittanut, että luonnonkuitukomposiitti on kannattava, todellinen bisnesmahdollisuus. Yhteiskunnan kannattaisi hyödyntää sitä entistä aktiivisemmin, näkee Koivurova.

KARELINE OY VOITTOON NOKIA MOBILE RULES 2008 -TEKNOLOGIAKILPAILUSSA

Joensuulaisen yhdistelmäateriaalivalmistaja Kareline Oy Ltd:n tekemät luonnonkuitukomposiittimateriaalit on palkittu Nokian järjestämässä maailmanlaajuisessa teknologiakilpailussa. Nokia Mobile Rules 2008 on maailman merkittävin kilpailu uusille matkapuhelinalan sovelluksille ja teknologioille.

Karelinen valmistama luonnonkuitukomposiitti on ympäristöystävällinen luonnonkuitujen ja muovin yhdistelmäateriaali. Materiaalista valmistetut tuotteet voidaan

hävittää vaivattomasti energiaksi polttamalla tai kierrättää uusiksi tuotteiksi. Ennen kaikkea lopputuotteiden ympäristökilpailukyky paranee aidosti, kun merkittävä osa fossiilisista raaka-aineista voidaan korvata uusiutuville raaka-aineilla.

Ympäristöarvojen lisäksi luonnonkuitukomposiitilla on lukuisia muita etuja, kuten materiaalin miellyttävä kosketustuntuma ja perinteisestä muovista poikkeava ulkoasu. Matkapuhelinteollisuudessa materiaalia voidaan hyödyntää esimerkiksi monissa mobiili-

laitteiden ruiskupuristetussa osissa, kuten kotelossa ja kuorissa.

Vuonna 2005 kaupallisen toimintansa aloittanut Kareline Oy Ltd on muoviteollisuuden raaka-ainevalmistaja, joka keskittyy luonnonkuitukomposiittimateriaalien tuotantoon. Kansainvälistä tunnettuutta Karelinelle sekä luonnonkuitukomposiiteille tuonut voitto tuli kilpailusarjassa "future touch and feel".

WWW.KARELINE.FI

ENO-VERKKOKOULU JA SCIFEST-TAPAHTUMA YHDISTIVÄT VOIMANSA

Joensuun yliopiston tiede- ja teknologia-tapahtuma SciFest kokosi huhtikuun puolivälissä Joensuu Areenalle noin 6 000 oppilasta, opiskelijaa sekä opettajaa yhteensä 44 maasta ja 114 koulusta. Areena oli kolmen päivän ajan toiminta- ja tutkimusympäristö, mielenkiintoinen tutustumispaikka, kansainvälinen kohtaamisfoorumi ja tulevien yliopisto-opiskelijoiden rekrytointialusta. Suomalaiset ja kansainväliset huippuosaajat tarjosivat osallistujille mahdollisuuden paitsi katsella ja ihmetellä, myös osallistua, uppoutua ongelmiin, tehdä, arvioida, yrittää, erehtyä ja onnistua.

Ulkomaalaisia vieraita tapahtumassa oli noin 300, kaikkiaan 53 eri koulusta. Näin laaja ulkomaalaisten osallistuminen mahdollistui, kun SciFest ja ENO-verkkokoulu yhdistivät voimansa ja järjestivät tapahtumat samanaikaisesti. SciFestiin osallistui ENO-verkoston kouluja Euroopasta, Etelä-Amerikasta, Afrikasta ja Aasiasta.

SciFest® on tiede-, ympäristö- ja teknologiatapahtuma 5.–9.-luokkalaisten koululaisille ja lukioikäisille nuorille. Tapahtuman tavoitteena on lisätä lasten ja nuorten kiinnostusta tieteeseen ja teknologiaan, mikä auttaa heitä näkemään alan tulevaisuuden

uramahdollisuutena.

ENO-Environment Online© on kestävä kehityksen kansainvälinen verkkokoulu, jossa oppilaat opiskelevat ympäristötemoja ja tuottavat tietoa omasta ympäristöstään kaikkien jaettavaksi. ENO-ohjelma sai alkunsa Enon kunnassa v. 2000. Lukuvuonna 2007–2008 verkostoon osallistuu n. 400 koulua 104 maassa.

WWW.SCIFEST.FI
WWW.ENOPROGRAMME.ORG

KARJALAN MESSUT ARVOKASTA ON IHMISTEN KOHTAAMINEN

■ Suuret messutapahtumat olivat menneinä vuosikymmeninä yleisiä ja suosittuja tapahtumia. Tänä päivänä niitä järjestetään enää muutamia vuosittain. 50-vuotias Karjalan Messut ovat yksi harvoja aikojen muutoksista menestyksellä selvinneitä yleismessuja.

– Sekä näytteilleasettajien että yleisön pitää tuntea messut tärkeiksi, jotta ne menestyvät. Taustalta pitää löytyä osaava ja uskottava taho, joka pitää yllä tasoa ja jatkuvuutta. Sen lisäksi tapahtumien välin pitää olla sopiva, määrittelee Karjalan Messujen messujohtaja **Seppo Piirainen** menestyksen ehtoja.

Tämän vuoden messuille kesäkuun ensimmäiseksi viikonlopuksi on asetettu menneiden messujen valossa hyvin mallilliseksi kävijätavoitteeksi 40 000 ihmistä. Messujen merkitys näytteilleasettajille nouseekin nimenomaan niistä ihmisistä, jotka paikalle saapuvat.

– Näytteilleasettajilla on oma viestinsä messuvieraille. Hyvin järjestetyt messut tuovat paikalle paljon ja erilaisia ihmisiä. Olemme jo pitkään rakentaneet messuille aina tiettyjä ajankohtaisia teemakokonaisuuksia. Nämä teemat ovat auttaneet yrityksiä miettimään omaa esillä oloaan ja tietysti myös vetäneet paikalle näistä teemoista kiinnostuneita. Teemojen valitseminen onkin tapahtunut juuri ajankohtaisuuden ja kiinnostavuuden perusteella. Suurin piirtein voisi sanoa, että hyvä teema on sellainen, josta ihmiset muutenkin puhuvat paljon, linjaa Piirainen.

Karjalan Messujen teemat ovat tänä vuonna Metsä ja energia, Hyvä elämä ja koti, Kehityksen portaat sekä Teolliset tuotteet ja design.

SUORA KANAVA IHMISIIN

Näytteilleasettajat ovat paikalla monista syistä, mutta näillä messuilla yhtenä selkeänä tavoitteena on noustut esille kilpailu osaavasta työvoimasta. Messuilla on mahdollista tavoittaa tämän hetken ja tulevaisuuden potentiaalisia työntekijöitä.

– Monilla yrityksillä on hyvin selvä näkemys siitä, että heidän on kilpailtava jo nyt ja varsinkin tulevaisuudessa osaavasta työvoimasta. Messut antavat loistavan tilaisuuden



esitellä omaa toimintaa kiinnostavasti ja mieleen jäävästi.

Karjalan Messut eivät kiinnosta pelkästään elinkeinoelämää, vaan lähes kaikki Pohjois-Karjalan kunnat sekä oppilaitoksia maakunnan sisältä ja ulkopuolelta on näytteilleasettajina.

– Oppilaitokset ovat esittelemässä itseään potentiaalisille opiskelijoille. Kunnat puolestaan elävät tällä hetkellä voimakkaassa murroksessa monin tavoin ja siksi heille on tärkeää päästä kertomaan näistä asioista suoraan ihmisille. Messut ovat suora ja mutkaton tapa viestiä juuri nyt tärkeistä asioista, kertoo Piirainen.

ENEMMÄN KUIN VAIN KAUPANTEEKOJA

Karjalan Messut järjestetään neljän vuoden välein ja tässä aikavälissä on Piiraisen mielestä syvä viisaus.

– Tällainen aikaväli ei rasita liikaa näytteilleasettajia ja myös yleisön kiinnostus säilyy. Neljä vuotta on sopiva aika myös siihen, että messuilla on aina aidosti uusia asioita esiteltäviksi. Vaikka messut eivät ole todellakaan pelkkä markkinapaikka, niin ovathan ne kuitenkin monille yrityksille myös loistava

mahdollisuus kaupantekoon. Mutta menestyksellisten messujen pitää olla paljon enemmän kuin vain ostamiseen ja myymiseen keskittynyt markkinapaikka. Messujen järjestäjän tehtävänä on luoda oikeita suuntaviivoja ja tehdä oikeita päätöksiä, joiden avulla messutapahtuma on kiinnostava. Kun me luomme parhaan mahdolliset taustat näytteilleasettajille, niin he puolestaan saavat ihmiset viihtymään. Tämä on karkea työnjako. Tämän pitää myös onnistua joka kerta, sillä jatkuvuus on erinomaisen tärkeä asia, korostaa Piirainen.

ARVOSTUSTA JA HYVÄKSYNTÄÄ

Messuille on tulossa merkittävä määrä yrityksiä ja yhteisöjä myös Pohjois-Karjalan ulkopuolelta. Messuorganisaatio kohdistikin itäisen Suomen alueelle markkinointitoimenpiteitä, jotka Piiraisen mukaan kyllä haukkuivat hintansa takaisin.

– Etäisyydet nykypäivänä eivät ole enää niin merkityksellisiä. Messut, ja monet muutkin toimijat, voivat tänä päivänä vetää peukalonhangalla kartalle semmoisen säteeltään 250 kilometrin ympyrän, jonka sisäpuolelta löytyy se potentiaalinen kuluttajakunta. Siksi moni yritys vähän kauempaakin on päättänyt osallistua tämän kesän messuille. Kyllä minä henkilökohtaisesti näkisin, että tulevaisuudessa Karjalan Messuilla voisi olla yhä enemmän sellaista koko itäisen Suomen kattavuutta, mietiskelee messujohtaja Piirainen.

Piirainen on nyt ensimmäistä kertaa messujohtajan tehtävissä.

– Positiivisena yllätyksenä on pidettävä sitä, miten hyvin Karjalan Messujen asia otetaan lähes aina vastaan. Tapahtumaa pidetään selvästi arvossaan ja se nauttii yleistä hyväksyntää. Kyllä tämä myös yksi tapa toteuttaa Kauppakamarin perustehtävää palvelulla ja kirittää paikallisia yrityksiä. Pohjois-Karjalan Kauppakamarin rooli messujen järjestäjänä on antanut niille uskottavuutta ja jatkuvuutta vuosikymmenten aikana. Tasoa on pystyttävä pitämään yllä joka kerta, määrittelee Piirainen yhtä Karjalan Messujen pitkän iän ja menestyksen syistä.

WWW.KARJALANMESSUT.FI



POHJOIS-KARJALAN SÄHKÖ
MUKANA KARJALAN MESSUILLA ALUSTA ASTI

● Pohjois-Karjalan Sähkö oli mukana jo ensimmäisillä Karjalan Messuilla vuonna 1957. Paikallisena sähköyhtiönä se on aina ymmärtänyt omien asiakkaidensa kohtaamisen tärkeyden.

– Tänä päivänä mietimme yhä tarkemmin missä ja miten olemme mukana, mutta Karjalan Messut ovat meille aina itsestään selvä valinta, vakuuttaa mediasuunnittelija **Tarja Kuokkanen**. Samaa mieltä on myös jo yli 30 vuotta yhtiön asiakaspalvelussa työskennellyt **Liisa Hassinen**.

– Vaikka maailma on melkoisesti näiden vuosikymmenten aikana muuttunutkin, Karjalan Messut toimivat edelleen loistavana kohtaamispaikkana. Tietyt asiat muuttuvat, monet eivät. Ihmiset kaipaavat edelleen tietoa ja keskustelua sähkön järkevästä käytöstä. Tätä valistustyötä olemme tehneet myös messuilla jo puoli vuositataa, kertoo Hassinen.

KAKKUJA LEIPOMASSA

Pohjois-Karjalan Sähkö Oy on koko olemassaolonsa ajan pyrkinyt aktiivisesti neuvomaan asiakaskuntaansa sähkön käyttöön liittyvissä asioissa. Aina 70-luvulta asti se tarkoitti esimerkiksi sähköisten kodinkoneiden esittelyä.

– Rakensimme messuille usein mallikeittiön, jossa esittelimme muun muassa sähkölieden taloudellista käyttöä. Kyllä sillä jonon osastolle sai aikaiseksi, kun paistoin uunin täydeltä kakkuja ja tuoksu levisi messualueelle, nauraa Hassinen.

Sähkömarkkinat muuttuivat sähkön myynnin vapauduttua kilpailulle ja tämä muutti monien muiden ohella myös tapaa, jolla messuilla oltiin esillä.

– Ennen sähköyhtiöt olivat usein yhteisosastolla liikkeellä, joka tämän päivän kilpailutilanteesta katsottuna tuntuu tietysti aika hassulta. Mutta silloin se oli luonnollista ja viisasta voimien yhdistämistä, kertoo Kuokkanen.

KÄYTÄ WATTI VIISAASTI

Liisa Hassiselle tämän vuoden Karjalan Messut ovat ainakin työn puolesta viimeiset, sillä yli 30 vuoden urakka pohjoiskarjalaisten sähkökäyttäjien palveluksessa päättyy syksyllä. Hänen työhönsä on kuulunut opastaa ja neuvoa asiakkaita sähkseen ja sähkölaitteisiin liittyvissä asioissa. Tietoa on muun muassa jaettu kodinkoneiden ominaisuuksien vertailuista ja muista vastaavista asioista. Työ on kiittänyt tekijäänsä usein ihan konkreettisesti messuilla.

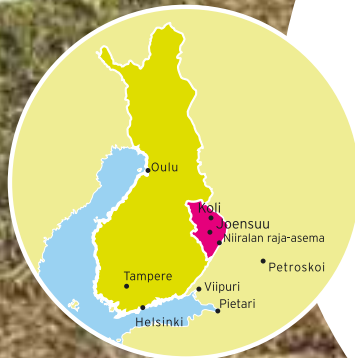
– Messuilla tapahtuu usein niin, että joku tulee kiittämään hyvästä neuvosta takavuosina. Nykyään kuluttajat ovat yhä valistuneempia ja kysymykset ovat entistä täsmällisempiä. Alusta asti olemme valistaneet ihmisiä käyttämään sähköä viisaasti ja nythän nämä kysymykset ovat nousseet jälleen esiin hieman uudesta näkökulmasta. Vieläkin on totta se 70-luvun lopun kehotuksemme "Käytä watti viisaasti", summaa Hassinen kuluneita vuosikymmeniä.



↗ MESSUOSASTO VUOSIEN TAKAA
→ TARJA KUOKKANEN JA LIISA HASSINEN



Sielunveljiä kaikki tyynni.



Uusiutuva Pohjois-Karjala pitää huolta omistaan. Yhteishenki kantaa, peruspalvelut ovat kunnossa ja elämisen laatutekijät kohdallaan. Kaupunkiasumisen ystävälle Joensuu tarjoaa vilkkaan keskuksen ja väljää asumista arvostavalle riittää luonnonkauniita kohteita.

Yritysten tarpeisiin vastataan. Toimitiloja, yritysneuvontaa ja sitoutunutta työvoimaa on riittävästi tarjolla. Joensuun yliopisto ja maakunnan monipuolinen koulutustarjonta takaavat osaavan työvoiman saatavuuden. Alueella toimii useita kansainvälisiä ja kasvavia yrityksiä. Monipuoliset harrastukset tuovat mielekkyyttä arkeen ja auttavat juurtumaan seudulle.

Maakunnan elinkeinotoimintaa kehitetään sopusoinnussa laadukkaan ympäristön kanssa. Pohjois-Karjala on kansainvälistä kärkeä uusiutuvan energian käyttäjänä ja kehittäjänä. **Löydä sielunveljesi uusiutuvasta ja energisestä Pohjois-Karjalasta.**

**POHJOIS
KARJALA**