



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

**OPINNÄYTETYÖ**

**Palvelutarjonta museoympäristössä**

Palvelumuotoilun kehittäminen Alvar Aalto -museossa

*Ella Esala*



Kulttuurituotannon ko  
10/2015

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Kulttuurituotannon koulutusohjelma

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Ella Esala	<b>Sivumäärä</b> 46 ja 2 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Palvelutarjonta museoympäristössä – palvelumuotoilun kehittäminen Alvar Aalto -museossa	
<b>Ohjaava opettaja</b> Jari Hoffrén	
<b>Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja</b> Alvar Aalto -säätiö, Pia Poskiparta	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyön tilaajana on Alvar Aalto -säätiö, ja työn tavoitteena on antaa toimenpide-ehdotuksia Alvar Aalto -museon palvelutoiminnan kehittämiseen niin, että museolle syntyisi vakaa niin museota kuin asiakastakin hyödyttävä palvelukonsepti, joka elää ja kehittyy museon muun toiminnan mukana. Alvar Aalto -museon palvelutarjonnan käytännön toteutus on ollut vaatimatonta kehittämisresursseista johtuen, eikä näin ollen museon sisäistä, yhtenäistä toimintamallia palveluiden kehittämiseksi tai myymiseksi ole ollut. Potentiaalia palveluille löytyy, ja opinnäytetyö keskittyy käytännön toimenpidesuosituksiin.</p> <p>Työn konkreettisenä tavoitteena on saada museo kehittämään yleisötoimintaansa ja rohkaisemaan museota sisäistämään palvelutoiminnan kehittämisen osaksi toimintamallejaan muun toiminnan joukkoon näyttelyiden ja museon muun yleisötoiminnan rinnalle. Lisäksi työ korostaa sekä Alvar Aalto -museon valtakunnallista arvoa ja potentiaalia rakennustaiteen asiantuntijana.</p> <p>Työ tuotti tilaajalle suuntaviivoja palvelutoiminnan käytännön kehittämiseen kulttuurituottajan työkalutason näkökulmasta ja ideoita museon yleisötoiminnan sisällön virkistämiseksi kulttuurilaitosten nykytilanteeseen peilaten. Työ antaa suosituksia palvelutoiminnan kehittämiseen sekä pyrkii korostamaan monipuolisen palvelutarjonnan merkittävyyttä niin museoissa kuin muissakin kulttuurilaitoksissa nykypäivänä.</p> <p>Lähdekirjallisuuden ja internetjulkaisujen lisäksi opinnäytetyön pääasialliset tiedonkeruumenetelmät olivat avoin haastattelu sekä havainnointi. Työ antaa asiakasnäkökulman kautta perspektiiviä museon palveluiden tähänhetkiseen tilaan ja ohjaa tarkastelemaan palvelupintaa asiakkaan kävijäkokemuksen kautta.</p> <p>Opinnäytetyötä on mahdollista hyödyntää sekä museoissa että muissakin kulttuurilaitoksissa kuten kirjastoissa ja jopa teattereissa. Opinnäytetyö ottaa kantaa niihin haasteisiin, joita kulttuurilaitokset kohtaavat tänä päivänä, kun taloustilanne ja asiakkaiden vaatimukset tiukentuvat. Konkreettisesti tilaaja saa ohjeita ja toimintasuosituksia palvelupintansa eheyttämiseksi. Opinnäytetyöstä käy ilmi kulttuurituottajan työpanoksen merkitys kulttuuri-instituutioissa.</p>	
<b>Asiasanat</b> museoala, palvelut, palvelumuotoilu, kulttuurituotanto, kehittäminen	

**HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**The Degree Programme in Cultural Management**

**ABSTRACT**

<b>Author</b> Ella Esala	<b>Number of Pages</b> 46 + 2
<b>Title</b> Service activities in a museum – developing public services of the Alvar Aalto museum	
<b>Supervisor</b> Jari Hoffrén	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> Alvar Aalto foundation, Pia Poskiparta	
<b>Abstract</b>  <p>The subscriber of this thesis is the Alvar Aalto foundation and the results of the thesis concentrate on the Alvar Aalto museum in Jyväskylä. The purpose of the thesis is to update and clarify the service activities of the museum to the level where it benefits both the museum and the customers in the best possible way. The concept should also keep developing alongside the rest of the activity of the museum. Selling and developing the public services of the museum has been difficult, as there are no established procedures for services because the developing resources have been so low.</p> <p>The concrete aim of this thesis is to get the museum to develop its service activities and to encourage it to include the development of service activities as a part of its public function along with exhibitions and other public activities. The thesis also tries to remind of the value and international significance of the Alvar Aalto museum and the importance of its legacy to both Jyväskylä and the architectural industry of Finland.</p> <p>The aims and hopes for the thesis concerned primarily building different sets of group services for the museum to offer and sell. The thesis provided some guidelines for the practical developing of the supply services of the museum from the point of view of a cultural producer.</p> <p>The main research methods used beside literature and internet publications were an open interview and observation. The work gives the customer perspective on the current state of the services of the museum and helps to examine the surface of the services through the customers' visitor experience.</p> <p>The thesis can be utilized in museums as well as other cultural institutions such as libraries and even theatres. The thesis discusses the challenges which cultural institutions meet in the present day as the economic situation is difficult and the customers' demands are becoming more complex.</p>	
<b>Keywords</b> museums, cultural management, development, services	

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO	5
1.1 Opinnäytetyön taustaa ja tavoitteet	5
1.2 Museo nykypäivän ja tulevaisuuden kulttuuri-instituutiona	6
2 TILAAJA	10
2.1 Alvar Aalto -säätiö ja Alvar Aalto -museo	10
2.2 Café Alvar	11
2.3 Jatkuva yleisötoiminta	11
2.4 Vuokrattavat tilat	13
2.5 Palvelukokonaisuudet nyt	14
3 KEHITTÄMISKOHTEIDEN MÄÄRITTELY	16
3.1 Palvelut	17
3.2 Tilat ja museo juhlapaikkana	19
3.3 Museoympäristön konkreettinen imago ja ulkoasu	19
3.4 Osallistumisen kynnyksen madaltaminen ja asiakkaan mielikuvan yhtenäistäminen	20
3.5 Muut	21
4 KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄT	23
5 PALVELUT JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSET	25
5.1 Palvelumuotoilu	25
5.2 Toiveet, tavoitteet ja tuleva	27
5.3 Palvelupakettien kokoaminen ja asiakkaan polku museossa	28
5.4 Palvelut osaksi museon toimintamalleja & ihmisten ulottuville	32
5.5 Palvelupaketit	34
5.6 Muut toimenpide-ehdotukset	37
6 IDEAPANKKI	40
6.1 Toiminnallisuus museoympäristössä	40
6.2 Yhteistyö tapahtumien ja organisaatioiden kanssa	41
6.3 Virkistystoiminta ja työhyvinvointi	42
6.4 Haastattelusta nousseet sisältöideat	42
7 LOPUKSI	44
LÄHTEET	46
LIITTEET	47

## 1 JOHDANTO

### 1.1 Opinnäytetyön taustaa ja tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on luoda Alvar Aalto -museon tarjoamien palveluiden organisoimiseksi ehdotuksia, joiden avulla voi virkistää museon sisällöllistä toimintaa sekä raikastaa sen imagoa parantamalla talon sisäisiä palvelutarjonnan toimintamalleja. Työn tavoitteena on kehittää puitteita Alvar Aalto -museon palvelukonseptille kokoamalla yksinkertaisia käyttöön otettavia palvelupaketteja sekä antaa toimenpide-ehdotuksia palvelutoiminnan lanseeraamiseen museon toimintatapojen sisään. Lisäksi työ antaa ideoita ja sisältöehdotuksia tapahtumille museoympäristössä. Opinnäytetyön tilaajana on Alvar Aalto -säätio, ja työ pureutuu kohdistettuna Jyväskylän Alvar Aalto -museon kehittämiskohteisiin.

Opinnäytetyön tekijänä sekä ammattiin valmistuvana minua kiinnostaa museoala ja sen paikka Suomen kulttuuri-instituutioiden kentällä. Säätioperustainen Alvar Aalto -museo on ihanteellinen kohde sekä väylä tutustua alaan ja aihepiiriin, sillä julkinen museo on itselleni opiskelujen myötä jo tutumpi. Kansainvälisestikin merkittävä museo on myös innostava tilaaja ainutlaatuisuutensa vuoksi. Kehittämisen kohteet ovat aitoja, ja niihin pyritään löytämään ratkaisuja resurssien puitteissa.

Työn tavoitteena on palvelupakettien hahmottelemisen lisäksi kannustaa luomaan museon ja kahvilan yhteiselle palvelutarjonnalle selkeät apuraamit: Tavoitteena on saada ajankohtainen, asiakkaalle viestitettävä informaatio niin museolle kuin kahvilallekin sillä tavalla, että kuka tahansa voi palvella asiakasta mahdollisimman suoraan ilman turhia välikäsiä. Lisäksi museo tarvitsee konkreettisen, selkeän listauksen palvelujen ydininformaatiosta, jotta tieto on tarkasteltavissa, muokattavissa ja eteenpäin jaettavissa helposti ja nopeasti.

Tiivistettynä tämä opinnäytetyö on ohjaava opas palveluiden ja palvelukokonaisuuksien järjeistämiseen museon omien ehtojen ja vakiintuneiden toimintatapo-

jen puitteissa. Opinnäytetyö käsittelee museota ammattimaisena toimijana ja pyrkii päivittämään ei-toimivia toimintamalleja sellaiselle tasolle, jolla museon muu toiminta jo on. Opinnäytetyö antaa myös tämän hetkistä asiakasnäkökulmaa Alvar Aalto -museon palvelutarjonnan näkyvyydestä sekä informaation ajankohtaisuudesta museon internetsivuilla.

Lisäksi työ rohkaisee museota huomaamaan entistä paremmin oma potentiaalinsa sekä kansainvälisenä että paikallisena menestyksekkäänä ja arvokkaana kulttuuritoimijana. Museolle itselleen oma kulttuurinen, yhteiskunnallinen ja kansainvälinen arvo on varmasti kirkas, mutta museon tehtävänä onkin saada myös ihmiset museon ulkopuolella tajuamaan, kuinka merkittävä vaikuttaja ja kulttuuritoimija se on – niin Keski-Suomessa kuin koko Suomenkin mittakaavassa. Työ kannustaa Alvar Aalto -museota pohtimaan niitä ja ajatus- ja toimintamalleja, joiden kautta kehittämiseen sitoudutaan pieninkin resurssein.

Opinnäytetyöni alussa esittelen tilaajan ja erittelen museon jatkuvaa yleisötoimintaa sekä kuvaan sen tämänhetkisiä palveluita ja palvelukokonaisuuksia. Siitä siirryn määrittelemään museon yleisiä kehittämiskohteita ja keskityn museon palvelupinnan kehittämiseen toimenpide-ehdotuksineen. Lopuksi listaan ideoita museon toiminnan sisällöllisen virkistämisen näkökulmasta, jonka jälkeen tiivistän työn keskeiset ajatukset viimeisessä kappaleessa.

## 1.2 Museo nykypäivän ja tulevaisuuden kulttuuri-instituutiona

Millainen museo on nykyään suhteessa entiseen, ja millainen se tulee olemaan tulevaisuudessa? Mihin nämä mahdolliset muutokset vaikuttavat, ja pitäisikö niihin kiinnittää huomiota? Voiko museo erkaantua perimmäisestä toimintaperiaatteestaan, vai onko kaikki muutos hyvästä? Näitä sekä monia muita samankaltaisia kysymyksiä joudutaan pohtimaan niin museotalalla kuin kohdetta vaihtaen millä tahansa kulttuurialalla.

Ihmisen vapaa-ajan vieton ja kulttuurin kuluttamisen tavat ovat muuttuneet radikaalisti. Elektroniikka, tietoverkot ja muu virtuaalinen toiminta ovat jokapäiväinen

osa niin arkea kuin kulttuurituotantoakin. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 76.) Ihmiset elävät viihteen ja informaation keskellä, eivätkä kärsivällisyys ja keskittyminen ole enää niin selviä itseisarvoja kaiken ollessa saatavilla heti. Ihmisen voi olla välillä vaikea keskittyä ja sitoutua virikkeellisessä arjessaan mihinkään, mikä vaatisi normaalia enemmän työtä, sitoutumista ja kärsivällisyyttä. Tämä heijastuu ihmisten osallistumisen kautta myös perinteisiin kulttuurilaitoksiin, joista hyvänä esimerkkinä on museo.

Tietysti tämä tulevaisuuden aikakausi ja teknologian kehitys tarjoavat niin arjessa kuin kulttuuritoiminnassakin äärettömästi uusia mahdollisuuksia ja väyliä toteuttaa kulttuuria. Onkin tarpeellista osata valjastaa nämä uudet uhat ja mahdollisuudet niin, että sekä perinteet että nykyaika mahtuvat kulkemaan rinnakkain kohti mahdollisimman rikasta kulttuuriperintöä jälkipolville.

Museoliiton vuonna 2011 tekemän kävijätutkimuksen aikaan Suomessa oli 158 ammatillista museota. Siinä missä Suomen museoiden määrä on kasvanut kymmenessä vuodessa lähes 30 museolla, ovat museoiden kokonaiskävijämäärät pysyneet kymmenisen vuotta viidessä miljoonassa kävijässä, muutamine hetkelisine notkahduksineen ylöspäin. (Levä & Taivassalo 2011.) Tilastollisesti kysyntä on siis pysynyt samana, vaikka museoiden määrä on kasvanut reilusti. Tämä voi johtua kysynnän laskusta, jota uusien museoiden kävijät kompensoivat, tai sitten kävijäyys on pysynyt samana ja jakautuu museoiden kesken ja näin ollen keskiarvallisesti museoiden kävijämäärät ovat pudonneet ajoittaisia piikkejä lukuun ottamatta.

Vaikka museon, niin kuin kirjastonkin, päätehtävänä on edelleen olla niin sanottu yhteiskunnan muisti ja tallentava, tutkiva ja esittelevä instituutio, on jo pitkään mietitty tätä museon suhdetta ja joustavuutta suhteessa ympäröivään aikaan ja muuttuvaan maailmaan. Kulttuuri-instituutiot ovat olleet murroksessa päämääriensä ja tavoitteidensa muuttuessa perinteisten toimintojen lisäksi entistä enemmän palvelualttiiksi, kulttuuria syleileväksi elämystoiminnaksi. Näin ollen niin museoiden kuin esimerkiksi kirjastojenkin sisäisen ilmapiirin on muututtava asiakasläheisemmäksi ja asiakkaalle niin sanotusti helpommin lähestyttävämmäksi kuitenkin sillä tavalla, että museon perimmäinen toimintaperiaate säilyy, eikä kärsi

ilmapiirin muutoksen kustannuksella. Lisäksi museon rahoitus määräytyy osittain myös instituution käyttöasteesta ja asiakkaan kokemuksesta, joten kulttuurilaitosten on toimittava pysyäkseen mukana asiakasta kiinnostavana kulttuuritoimijana.

Vuonna 2003 Sloveniassa järjestetyssä museoiden tulevaisuutta käsitelleessä konferenssissa *Towards Museums of the Future* päädyttiin suosituksiin, joiden mukaan museoiden tulee ymmärtää maailman muuttuvan ja kehittyvän nopeasti ja olla tietoisia siitä, että näihin muutoksiin on myös vastattava ripeästi. Myös museoiden henkilökunta on sitoutettava ja koulutettava muutoksiin vastaamiseksi. Ydinasioina konferenssissa annettiin suositukset muutosten ennakoimiseksi sekä niihin vastaamiseksi ja vaikuttamiseksi. (Pettersson 2009, 9-10.)

Nämä edellä mainitut yli kymmenen vuotta vanhat yleispätevät suositukset ovat edelleen tärkeitä, sillä vielä tänäkin päivänä kulttuurilaitoksissa näkee vanhentuneita ja pinttyneitä ajatusmalleja ja toimintatapoja. Esimerkiksi tapahtumien järjestäminen ja niin sanottu oheistoiminta museoissa ja kirjastoissa herättää välillä vastustusta niissä, jotka eivät ymmärrä näiden keinojen madaltavan nykyaikaisella tavalla asiakkaan kynnystä saapua kyseiseen kulttuurilaitokseen ja poistavan niihin liitettyjä korkeakulttuurin leimoja. Tietysti asioissa on kääntöpuolensa, eikä näitä epäileviä ajatuksia ole niitäkään syytä tyystin hiljentää.

Vaikka suuri osa kulttuuri-instituutioista on pinnalla tuoreine ajatuksineen, löytyy tältä saralta työsarkaa ja Slovenian konferenssin suositukset ovat edelleen asian ytimessä. Vielä tänäkään päivänä joidenkin kulttuuri-instituutioiden laaja potentiaali ei pääse täysin oikeuksiinsa luonnollisen muutosvastarinnan takia; uusilla toimintatavoilla ja muutoksilla on aina haasteena niiden vastustajien ja puolustajien välinen ristiriita.

Muutosta vastustavat tahot pelkäävät usein riskejä, jota muutoksen aikaansaama ilmapiiri voi aiheuttaa. Museoympäristössä tämä voi tarkoittaa pelkoa jo mainitun perimmäisen toimintaperiaatteen unohtamisesta tai museon liiallisesta viihteellisestä. Myös paineet työtaakan kasvamisesta koskettavat kaikkia kulttuurilaitosten työntekijöitä, eikä tämä pelko olekaan aivan turha tässä taloustilanteessa, kun ei voida olettaa, että uusien linjausten myötä voidaan automaattisesti palkata



lisää henkilökuntaa. Nyt 2010-luvulla avainasemassa onkin kulttuuritoiminnan positiivinen kehittäminen sellaisilla keinoilla, jotka tämänhetkiset olosuhteet mahdollistavat. Katse on luotava uudenaikaisiin toimintatapoihin ja resurssinmaksimointimahdollisuuksiin esimerkiksi uudenlaisten rahoituskanavien sekä -keinojen avulla.

On myös muistettava, että sen lisäksi, että museo on kerännyt uusia särmiä perinteisen museotoiminnan rinnalle esimerkiksi asiakaspalvelun ja tapahtumatoiminnan muodossa, on sen yhteiskunnallinen rooli muutoksessa. Museo on asiantuntija ja toimija, mutta sen on halutessaan mahdollista olla myös yhteiskunnallinen vaikuttaja (Pettersson 2009, 10). Alvar Aalto -museo on sekä niin koko Suomen kuin Keski-Suomen alueen oma käyntikortti, jolla on sananvaltaa ja painoarvoa niin valtakunnallisesti kuin kansainvälisestikin rakennustaiteen saralla.

## 2 TILAAJA

Tässä kappaleessa esittelen opinnäytetyön tilaajatahon sekä sen toimintaan kuuluvat perusosat kuten jatkuvan perustoiminnan, tilamahdollisuudet sekä pääyhteistyökumppanin Café Alvarin. Lisäksi valotan museon yleisötoiminnan tämänhetkistä tilannetta.

### 2.1 Alvar Aalto -säätö ja Alvar Aalto -museo

Alvar Aalto -säätö vastaa Jyväskylässä ja Helsingissä toimivan Alvar Aalto -museon toiminnasta sekä Alvar Aallon niin henkisen kuin aineellisenkin perinnön jatkumisesta museotoiminnallaan, jolla museo pyrkii edistämään Aallon tunnettua. Museon toimintaan kuuluu näyttelyiden järjestäminen, kokoelmien hallinnointi, julkaisujen tuottaminen sekä arkkitehtuuriin ja muotoilun koulutukseen osallistuminen alan muiden toimijoiden kanssa. Lisäksi museo on mukana Aallon rakennusten korjaamisessa sekä käyttöesineiden suunnittelun ja tuotannon valvomisessa. Museon arvoperustana toimivat Aallon ja hänen elämäntyönsä humanistiset ja ekologiset arvot. Aallon käyttöesineiden tuotekehittelystä vastaavat Artek ja Iittala. (Alvar Aalto -säätö 2015.)

Museolla on neljä yleisölle avointa kohdetta: Alvar Aalto museo sekä Muuratsalon koetalo Jyväskylässä ja Alvar Aallon ateljee sekä Aallon kotitalo Helsingissä. Yleisökohteiden lisäksi Jyväskylässä sijaitsevat piirustus-, valokuva- ja dokumenttiarkistot. Helsingissä sijaitsevat yleisökohteiden lisäksi Alvar Aalto -akademie sekä rakennusperintöyksikkö. (Alvar Aalto -säätö 2015.)

Tässä opinnäytetyössä Alvar Aalto -museolla tarkoitetaan Jyväskylässä sijaitsevaa museota, ja opinnäytetyön kehittämissuhteet painottuvat Jyväskylän Alvar Aalto -museoon.

## 2.2 Café Alvar

Alvar Aalto -museolla toimiva yksityinen kahvila Café Alvar on toiminut museon tiloissa vuodesta 2008 ja nykyisen yrittäjän voimin vuodesta 2009. Vuodesta 1973 Aalto-museo pyöritti kahvilaa omin voimin noin vuosituhannen vaihteeseen asti, jonka jälkeen toiminta alkoi hiipumaan. Kahvila on Jyväskylän vanhin edelleen toiminnassa oleva kahvila, jossa interiööri on pysynyt alkuperäisenä.

Museosta erillinen toimija Café Alvar toimii olennaisena osana museon palveluita. Kahvilan tuomat tila- ja ruokailumahdollisuudet ovat olennaisena osana niin museoympäristön perusviihtyvyyttä kuin myös useita asiakkaalle suunnattuja palveluja ja palvelukokonaisuuksia. Vaikka toimijat ovat erillään, halutaan niiden välistä saumakohtaa tasoittaa asiakkaalle matalammaksi yksinkertaisen palvelupinnan saavuttamiseksi.

Alvar Aalto -museo ja Café Alvar tekevät hyvin tiivistä yhteistyötä ja pyrkivät molempia mahdollisimman kokonaisvaltaisesti hyödyttävään yhteistyöhön. Museon ja kahvilan yhteistyö toimii hyvin ja sitä halutaan vaalia jatkossakin. Ideaalina tulevaisuudennäkymänä onkin se, että vaikka verhon takana toimii useampia toimijoita, olisi Alvar-yhteisö asiakkaalle yhtenevä. Asiakkaan näkökulman virkistäminen ja palvelukokonaisuuden yhtenäisyyden tunnun luominen olisi toivottu sivutuote museon palvelutarjonnan rakentamisessa.

## 2.3 Jatkuva yleisötoiminta

Hyvin suuri osa Alvar Aalto -museon perustoiminnasta on arkistotoimintaa ja keskittyy Aallon kokoelmiin sekä niiden hallintaan ja arkistointiin. Opinnäytetyösäni keskityn yleisötoimintaan sekä sitä tukeviin toimintoihin ja työkaluihin enkä ota kantaa museon toiminnan kokoelma- ja arkistopalvelutoimintaan.

Tiivistettynä Alvar Aalto -museon jatkuvaa perustoimintaa ovat näyttelyt ja näyttelynavajaiset, seminaarit ja luennot sekä työpajat. Lisäksi museon perustoimintaan kuuluu opastoimintaa sekä asiantuntijuutta Alvar Aalto -säätiön puitteissa.

Lisäksi museon tiloissa järjestetään yksityisiä juhlatilaisuuksia, ja museolta on mahdollista vuokrata esimerkiksi kokoustiloja ja polkupyöriä. Seuraavassa esittelen tarkemmin Alvar Aalto -museon toiminnan tärkeimpiä peruspilareita.

## 1. Näyttelyt

Alvar Aalto -museolla on vuosittain neljästä viiteen vaihtuvaa näyttelyä Jyväskylän museon Galleriassa. Aallon oman tuotannon lisäksi esillä on myös sellaista taidetta, muotoilua ja arkkitehtuuria, jolla on yhtymäkohtia Aallon teemoihin. Pysyvä perusnäyttely esittelee Aallon tuotantoa ja henkilöhistoriaa niin pienoismallein, piirustuksin, valokuvin kuin huonekaluinkin. Lisäksi näyttely esittelee Aallon tunnetuimpia rakennuksia ja rakennusryhmiä sekä muotoilua interiööreistä lasiesineisiin. (Alvar Aalto -säätio 2015.) Näyttelyiden ohessa järjestettävät näyttelyn avajaiset ovat vakiintunut rento tapahtuma taiteilijan tai arkkitehdin näyttelyn kunniaksi. Näyttelyt tukevat museon pedagogista toimintaa.

## 2. Pedagoginen toiminta

Alvar Aalto -museon pedagogisen toiminnan piiriin kuuluvat käyttäjät lapsista senioreihin, joskin käytännössä työpajoja järjestetään suurimmaksi osaksi lapsille. Jokainen Jyväskylän kolmas luokka vierailee vuosittain museolla työpajassa, joka käsittelee perusnäyttelystä ammennettuja aiheita ja arkkitehtuurin ja Aallon tuotannon peruspilareita kuten valoa ja varjoa, mittasuhteita ja värejä. Työpajojen kautta museo osallistuu myös tapahtumiin; esimerkiksi kevään 2015 Yläkaupungin Yössä alueella kulkevien ihmisten oli mahdollisuus tulla tekemään valon ja varjon hattuja Alvar Aalto -museon Urbs-työtilaan (Suomen museoliitto 2015.)

Alvar Aalto -museolla tehdään arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatusta monin eri tavoin ryhmien toiveet ja tarpeet huomioiden. Arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen puitteissa järjestetään muun muassa museovierailuja toiminnallisine opastuksineen ja työpajoineen. Lisäksi pyritään järjestämään työpajatoimintaa yläkoululaisille sekä vastaamaan sitä vanhempien vaihto-opiskelijoiden museovierailutoiveisiin.

Arkkitehtuuria ja muotoilua tehdään tutuksi suurille yleisöille tapahtumien sekä työpajojen, luentojen ja näyttelyesittelyjen avulla. Lisäksi Alvar Aalto -museon verkkosivuille on koottu arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen aineistoja esimerkiksi opettajien sekä muiden aiheesta kiinnostuneiden hyödynnettäväksi.

### 3. Seminaarit ja luennot

Alvar Aalto -säätiön osana toimiva Alvar Aalto -akatemia järjestää vuorovuosin kolmea seminaaria. *Alvar Aalto symposium* sekä design- ja tutkijaseminaarit tuovat Jyväskylään vuosittain satoja ihmisiä ympäri maailman. Seminaarit ovat museon suurimmat vuosittaiset tapaukset ja sijoittuvat elokuun huippusesongille.

Symposium on kansainvälinen arkkitehtuuriseminaari, joka käsittelee kauttaaltaan modernia arkkitehtuuria muun muassa niin taiteellisten, yhteiskunnallisten kuin teknisten ongelmien näkökulmasta. Tähän mennessä viisi kertaa järjestetty designseminaari on sen sijaan eräänlainen keskustelufoorumi funktionaalisen ja ekologisen suunnitteluperiaatteen hengessä vaihtuvilla teemoilla. (Alvar Aalto -säätiö 2015.)

Luentoja Jyväskylän museolla järjestetään vuosittain muutamia, ja niihin museo järjestää tilat ja hoitaa tiedotusta. Luennot järjestää yleensä museon ystävyysseura Alvar Aalto -seura. Näyttelyä sivuavat luennot, esimerkiksi verhoilijan luento huonekalunäyttelyn ohessa, ovat olleet suosittuja, ja tällaista yleisötoimintaa museo haluaakin jatkaa ja lisätä. Toistaiseksi luennoille on ollut vapaa pääsy.

#### 2.4 Vuokrattavat tilat

Museolla on kolme tilaa, jotka ovat varattavissa mahdollisuuksien mukaan eri käyttötarkoituksiin, kuten juhlatilaisuuksiin, kokouksiin, projektitöihin tai esimerkiksi erilaisten harrastustoimijoiden käyttöön. Jokainen tila on hivenen eriluonteinen, mikä tuo valinnanvaraa asiakkaille tilaisuuden ja käytön mukaan. Tilojen käyttöaste on toistaiseksi suhteellisen pieni, mikä johtuu osaltaan siitä, ettei vaikiintuneita, toimivia tilanvuokrauskäytäntöjä ole.

#### a) Café Alvar

Kahvila on museon aukioloaikoina kaikille avoin tila, mutta sen voi varata maksua vastaan aukioloaikojen ulkopuolella yksityiseen käyttöön. Café Alvarissa on luonnollisesti sallittua syödä ja juoda, ja kahvilan tiloissa tapahtuvaan toimintaan voi tilata ruokailua tai kahvitusta. Kahvilatilan kapasiteetti on käytön mukaan jopa 30–80 henkilöä ja tilassa voi järjestää ruokailua samanaikaisesti korkeintaan 50 ihmiselle.

#### b) Urbs-työtila

Urbs-työtila on museon rakennuksessa eri sisäänkäynnillä toimiva luova tila, jossa on tilaa, puitteet ja tarvikkeet erilaiseen arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen työpajatoimintaan. Urbs toimii myös kokoustilana ja on rauhallinen oma tilansa eristyksessä hälinästä. Urbs-tila toimii työpajatilana. Urbs-tilassa on sallittua nauttia esimerkiksi kahvia tai muuta syötävää. Tilan kapasiteetti on työpajakäytössä noin 12, kokoukikäytössä noin 25 henkilöä.

#### c) Bio Alppi

Bio Alppi -tila on museon näyttelykerroksessa sijaitseva avara tila, johon mahtuu keskimäärin 40 henkilöä. Tila on äänellisesti yhteydessä näyttelytilaan ja sinne on mahdollista järjestää pöytiä sekä videotykki. Tilaa käytetään näyttelytilana, kokoustilana ja elokuvanäytöstilana.

### 2.5 Palvelukokonaisuudet nyt

Tällä hetkellä palveluita tarjotaan Alvar Aalto -museossa suhteellisen monipuolisesti, mutta niistä ei ole toistaiseksi paljoa mustaa valkoisella. Kuitenkin museolta on tilattavissa opastuspaketteja, virkistyspäiviä, kokouspalveluja sekä melkein mitä tahansa museon toimintaan soveltuvaa, vaikka palvelut eivät ole kovin laajasti esillä missään.

Kuitenkin Alvar Aalto -museolla on olemassa jo käytteenotettuja, mutta luonnosasteella olevia opastuspalvelupaketteja, jotka koostuvat paketista riippuen erilaisesta kohteesta ja sen ympärille rakennetusta toiminnasta. (Liite 1). Opastuspaketit ovat museon palveluista valmiimmat jatkokehittelyä vaille olevat myytävät paketit.

### 3 KEHITTÄMISKOHTEIDEN MÄÄRITTELY

Niin kuin jokaisella kulttuuritoimijalla, on Alvar Aalto -museollakin useita kehittämisen kohteita. Näitä lähestyttäessä on kohteet rajattava tärkeimpiin ja ajankohtaisimpiin asioihin, joihin kaivataan muutosta tai kehitystä. On ymmärrettävä, ettei kaikkea voi tehdä kerralla, ja pistettävä kehittämisen kohteet tärkeysjärjestykseen.

Seuraavassa rajaan ja esittelen Alvar Aalto -museon yleisiä, ajankohtaisia kehittämisen kohteita ja pohjustan syitä, miksi näitä kyseisiä asioita tulisi ensisijaisesti lähteä kunnolla kehittämään, mutta en syvenny näihin kehittämisen kohteisiin tarkemmin. Luvussa 5. keskityn opinnäytetyöni pääaiheeseen ja pureudun sen kehittämiskohteeseen laajemmin.

Tiivistettynä Alvar Aalto -museon kehittämisen kohteita ovat palveluiden kokoamisen ja organisoimisen lisäksi työkalutason toiminnan eli konkreettisen käytännön tason toiminnan päivittäminen ja sisällöllinen innovointi yleisötapahtumissa, tilojen saaminen hyötykäyttöön sekä yleisesti kehittävä ote museon potentiaalin täydelle hyödyntämiselle. Myös uusien ideoiden ja mahdollisuuksien luominen osana pysyvää kehittämistoimintaa edistäisi museon jatkuvaa kehitystä sisällöllisesti. Luvussa 6 syvennyn museon toiminnan sisällölliseen virkistämiseen.

Teknisesti ajateltuna monissa osa-alueissa kehittämistä kaipaavat ainakin ajankohtaisen informaation ylläpito, jakaminen sekä käyttöönotto. Hyvä, konkreettinen esimerkki tästä on Alvar Aalto -museon internetsivujen vajavaisuus monien museon palvelujen osalta; palveluiden, kuten polkupyörävuokrauksen tai tilojen vuokrauksen käyttöaste on hyvin matalalla asiakkaalle viestitettävän tiedon ja markkinoinnin puutteen vuoksi.

Yleisötoiminnan sisällöllistä kehittämistä lähestyttäessä on muistettava pitää mielessä eräänlainen ihmisenäkökulma. Museon tarkoituksena ei ole olla muodollinen ja vakava ympäristö, vaan tänä päivänä museossa virkistytään, inspiroidutaan ja opitaan. Vaikka tietyt teoksiin ja näyttelyihin liittyvät käyttäytymissäännöt pätevät



edelleen, ei se tarkoita, että kokonaisuutena museon olisi pysyttävä staattisesti samanlaisena kuin aina ennen.

Museoalan muutoksen ajattelutapaa sisäistettäessä on myös huomioitava, että nyt trendikäs epämuodollinen ja rento lähestymistapa ei ole synonyymi mauttomalle, eikä muodollisesta etiketistä askeleen pois päin siirtyminen tarkoita automaattisesti täysin populaarikulttuurista lähestymistapaa. Moni kulttuurilaitos tekee alituista kehitystyötä toiminnassaan, mutta ajattelee kunnan kehityksen vaativan suunnattomia resursseja. Kuitenkin juuri ruohonjuuritason kehittäminen on avainasemassa muutoksen aikaan saamiselle.

### 3.1 Palvelut

Palvelun tarkoituksena on helpottaa jonkin asian toteutumista tai tekemistä. Palvelu on lähtökohtaisesti aineeton, abstrakti tuote, jonka arvo on sen hyödyssä. Palvelu on luonteeltaan prosessi, jonka ytimessä on ihmisten välinen vuorovaikutus. (Tuulaniemi 2011, 59.)

Alvar Aalto -museon yhteydessä palveluilla ja palvelupaketeilla tarkoitetaan kaikkea sitä, mitä Alvar Aalto -museo voi asiakkaalleen tarjota ja mitä museolta voi erikseen tilata. Palvelupaketit koostuvat muokattavista ja järjesteltävistä aineetomista osasista, jotka määrittelevät kunkin palvelupaketin luonteen ja hinnan kokonaisuutensa mukaan. Alvar Aalto -museon tapauksessa palvelupaketit koostuvat erilaisista museoympäristön luonnollisista palasista. Opastettu näyttelykierros, lounas tai kahvi ja esimerkiksi työpaja koostavat yhden esimerkin palvelupaketista, jonka asiakas voi tilata kokonaisuutena esimerkiksi työporukalle tai muulle ryhmälle.

Alvar Aalto -museon tämänhetkisenä kehittämiskohteena palveluiden organisointi niin henkilökunnalle kuin asiakkaallekin selkeäksi kokonaisuudeksi on luonnollinen askel museon toiminnan kehittämisessä yhä sujuvampaan suuntaan. On tärkeää saada luoduksi sellainen toimintamalli, jonka avulla palvelupaketteja ja palveluita voi monistaa soveltaen eri osia käyttötarkoituksesta riippuen.

Lisäksi palveluiden lanseeraaminen, tuotteistaminen ja myyminen ovat tärkeitä osia palveluiden kehityskaarta niiden luomisesta asiakkaalle asti.

Tällä hetkellä Alvar Aalto -museon palvelutarjonta on henkilökunnalle epäjärjestelmällistä eikä ajankohtainen tieto ole päivitettyä yhdessä paikassa. Kun asiakas lähestyy museota tai kahvilaa esimerkiksi tilanvarausasioissa, menee henkilökunnan resursseja hukkaan asian selventämisessä ensin itselle ja sitten asiakkaalle. Kun asiakas ei löydä kaikkea ajanmukaista informaatiota esimerkiksi suoraan internetsivuilta tai saa selkeää vastausta puhelimesta, saattaa ostopäätös jäädä tekemättä. Asiasta perillä oleville henkilökunnan jäsenille tilanvarausasiat ja muut ovat kirkkaita, mutta asia voi vaikeutua huomattavasti, jos yleensä asiat hoitanut henkilö ei ole tavoitettavissa.

Museon ja kahvilan yhteinen, selkeä kehittämisenkohde on palvelujen raamien selkeyttäminen niin, että asiakas voi saumatta asioida ja saada asiantuntevaa palvelua niin museon kuin kahvilankin puolelta esimerkiksi museon tarjoamiin palveluihin liittyen. Konkreettisesti tämä tarkoittaisi sitä, että esimerkiksi museon hinnastot ja tiedot tilojen vuokraamismahdollisuuksista sekä yhteystiedoista olisivat selkeästi tiedossa museon lisäksi myös Café Alvarin työntekijöille, jotta asiakas saisi aina mahdollisimman kattavaa palvelua riippumatta siitä, mistä informaatiota kysyykään. Yhteisten sekä osittain yhteisten palvelujen selkeyttäminen myös luonnollisesti helpottaisi henkilökuntaa. Jo esimerkiksi se, että tilanvarausasioissa olisi yhtenäiset käytännöt, helpottaisi asiointia asiakkaan puolelta. Tätä on museon ja kahvilan kesken jo mietitty ja esimerkiksi laskutus hoituu asiakkaalle yhdellä laskulla.

Kehittämiskohteena palvelujen osalta on myös palvelupakettien kerääminen ja kokoaminen selkeiksi ja yksinkertaisiksi kokonaisuuksiksi ja toiseksi niiden saataminen asiakkaiden tietoon osaksi Alvar Aalto -museon selkeää toimintaa. Palvelut ja palvelupaketit olisi tuotteistettava asiakaskunnan tietoon. Pää tavoitteena on siis saada museolle toimiva palvelukonsepti, joka kehittyisi aina sitä mukaa, kun edellinen toimintamalli ei enää palvele parhaalla mahdollisella tavalla. Museon paikan vakiintuminen palveluntarjoajana on toivottu tulos sekä sisällöllisessä että taloudellisessa mielessä. Palveluiden kehittäminen jatkuu luvussa 5.

### 3.2 Tilat ja museo juhlapaikkana

Museolla on kolme vuokrattavissa olevaa tilaa (kts. luku 2.4.), joiden käyttöaste on jäänyt hyvin vähäiseksi. Tilat erilaisine ulottuvuuksineen ovat soveltuvia jokainen erilaiseen toimintaan, mikä hyödyttää esimerkiksi kokous- tai juhlatilaa etsivää asiakasta. Kehittämiskohteena tila-asian tavoite on yksinkertainen; tilat halutaan saada hyötykäyttöön ja tilojen vuokraamiselle kehittää sellainen toimiva järjestelmä, joka takaa asiakkaalle luontevan asioinnin ja museolle selkeän toimintaa tukevan tilanvarausjärjestelmän.

Alvar Aalto -museo on suosittu miljöö myös yksityisiin juhlatilaisuuksiin kuten häihin, karonkkoihin ja rippijuhliin. Kysyntä on tasaista, mutta vähäistä, joten tätäkin mahdollisuutta voisi markkinoida enemmän. Museon tilat ovat Jyväskylän kaupungin kotisivuilla mainittu tilantarjoajatahoksi, mutta museon omilla nettisivuilla ei kunnollista mainintaa ole. Myös museon sivuille tieto olisi laitettava, sillä usein ihmiset hakevat tietoa ensisijaisesti kohdepaikan omilta internetsivuilta.

### 3.3 Museoympäristön konkreettinen imago ja ulkoasu

Alvar Aalto -museon rakennuksen ja sen miljöön konkreettinen ulkonäkö voi vaikuttaa ensinnäkin asiakkaiden mielikuvaan itse museosta ja sen käyttäytymissäännöistä ja toiseksi potentiaalisten ohikulkevien asiakkaiden mahdolliseen menettämiseen. Kaunis rakennus on Aallon käsialaa, mutta asiakkaiden löytäminen sisään suljetun oloiseen rakennukseen ei ole itsestään selvää, varsinkaan talvi-aikaan, jolloin kävijöitä houkutteleva kahvilan terassi on suljettu. Itse museorakennukseen ei voida koskea, sillä se on suojelukohde, mutta museon olemassaoloa voisi jollain korostaa.

Tämä kehittämisen kohde tosin on jo työn alla Ruusupuiston museoalueen kansainväliseksi tarkoitettun arkkitehtuurikilpailun myötä. Kilpailussa suunnitellaan Alvar Aalto -museon sekä Keski-Suomen museon yhdistävä lisärakennus sekä alueen ulkotila. Kilpailun tavoitteena on muodostaa korkealaatuinen ja kiinnostava Aallon merkkiteosten muodostama museokeskus Ruusupuiston alueelle.

Museorakennusten yhdistäminen ei ole ideana aivan tuulesta temmattu, sillä jo itse arkkitehti Alvar Aalto oli tätä ideoinut. (Alvar Aalto -säätö 2015b.)

### 3.4 Osallistumisen kynnyksen madaltaminen ja asiakkaan mielikuvan yhtenäistämisen

Museot nähdään välillä vieraassa valossa; jotkut pitävät niitä pölyisinä, koinsyöminä laitoksina ja jotkut korkeakulttuurina, joka ei tavan tallaajalle kuulu. Ihmiset saattavat pelätä, etteivät ymmärrä näyttelyiden sisältöjä tai osaa arvostaa niitä ikään kuin tarpeeksi hyvin. Myös muiden museokävijöiden mielipiteet saattavat askarruttaa ensimmäistä kertaa museoon uskaltavaa ihmistä.

Siinä missä museoidenkin, myös kirjastojen ja esimerkiksi myös teatterien alituisena haasteena ja pyrkimyksenä on asiakkaan kynnyksen madaltaminen. Kulttuurilaitokset edustavat monelle ”liian hienoa” kulttuuria ennen kuin niihin tutustutaan paremmin. Alvar Aalto -museolla koetaan kynnyksen madaltaminen erääksi jatkuvaksi haasteeksi, joka on pidettävä mielessä jatkuvasti. On mietittävä, kuinka kiinnostunut ei-kävijä saadaan ikään kuin uskaltamaan astumaan museoon ennakkoluuloista tai korkeakulttuurin pelon leimasta huolimatta.

Kehittämiskohteena tämä niin sanottu kynnyksen madaltaminen on siis sekä itsestään selvä että erittäin tärkeä osa-alue museon toiminnan kehittämistä tarkastellessa. Haasteena onkin saada museosta houkutteleva niin uudelle kuin vakiintuneellekin kävijälle ilman kummankaan unohtamista. Lisäksi näiden kahden ryhmän välille jäävä satunnaisista asiakkaista koostuva asiakassegmentti on ensiarvoisen tärkeä sen muodostaessa suuren osan museon kävijäkunnasta.

Arkkitehtuuri voi vaikuttaa jo terminä saati ilmiönä ja alana monille vieraalta, itseään koskemattomalta taiteen ja tekniikan osa-alalta, ja sitä pidetään kärjistettyinä usein varakkaiden korkeakulttuurisena etuoikeutena. Loppujen lopuksi arkkitehtuuri koskettaa meitä jokaista ja on läsnä ihan jokaisena päivänä, kun ihailemme kauniita rakennuksia kaupungilla, tai kun avaamme illalla oman kotiovimme. Ra-

kennustaide itsessään ei pelottane ihmisiä, vaan siihen liitetyt mielikuvat tai menneet kokemukset esimerkiksi kouluaikojen tylsistä luokkaretkistä saavat aikaan mielikuvan itselle etäisestä korkeakulttuurin alasta. Eräänä Alvar Aalto -museon tavoitteena ja haasteena onkin tuoda arkkitehtuuri jokaiselle ja näyttää, mitä kaikkea se voi olla ja kuinka antoisaa se voi olla ihan kaikille.

On siis mietittävä keinoja, jotka alentavat uuden kävijän rimaa museoon astumiselle. Maksuttomuus, mielenkiintoiset tapahtumat sekä erilaiset houkuttimet kuten arvonta tai kahvi voivat olla useille ratkaisevia tekijöitä. Kynnyksen madaltaminen on myös monen tapahtuman toivottu sivutuote ja päämäärä, eikä niin sanottuja ylimääräisiä tapahtumia pidä väheksyä niiden tutustuttavan luonteen vuoksi.

### 3.5 Muut

#### Aikuisten työpaja

Lapset ovat perinteisesti koulun kautta voineet osallistua työpajoihin Alvar Aalto -museolla, mutta nyt aikuisillekin ollaan rakentamassa omaa työpajakonseptia. Aikuisten arkkitehtuurityöpaja koostuisi alun johdannosta näyttelyssä ja itse arkkitehtuurityöpajaosuudesta. Niin kuin lastenkin työpajojen, aikuisten työpajan sisällöt olisivat vaihtuvia ja kiinnittyisivät usein näyttelyn teemoihin. Työpajat sopivat museon toimintaan hyvin, ja Urbs-työtila museon ohessa on mitä mainioimmin soveltuva juuri työpajahenkiseen toimintaan, sillä se on rauhallinen ja syrjässä oleva avara tila, joka on täynnä askarteluun ja muuhun käsillä tekemiseen sopivaa materiaalia. Aikuisten työpaja on kehittälyasteella oleva idea, joka vaatii lisätyöstämistä.

#### Hinnoittelu

Lisäksi museon palvelutuotteiden myyntikäytännöissä on kehitettävää. Käytännössä tilavuokrat maksetetaan pääsylipun hinnalla ja kuitissa ostotapahtuma on museovierailu. Tämä ei ole kuitenkaan kirjanpidollisesti ole sopivaa tiettyjen ostotahojen kanssa ja asia on jälleen hoidettava ikään kuin manuaalisesti. Lisäksi

tilavuokrausten niputtaminen museokäyntiin ei tuota museolle dataa museokäyntien ulkopuolisten ostojen, kuten tilavuokrausten, määrästä.

#### Toiminnan rajoitteet

Museossa järjestettävän toiminnan rajoitteita ei ole paljon, mutta esimerkiksi tapahtumat aukioloaikojen ulkopuolella tuovat omat haasteensa monimuotoiseen tapahtumatuotantoon museoympäristössä ja vaativat aina erikoisjärjestelyitä. Lisäksi museon tiloissa tapahtuva ruokailu on rajoitettu vain Café Alvarin sekä Urbs-tilan alueille.

#### 4 KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄT

Opinnäytetyössäni käytetyt keskeiset kehittämistyön menetelmät lähdekirjallisuuden ja internetjulkaisujen lisäksi ovat avoin haastattelu, havainnointi sekä vertaisarviointi.

Havainnointi on tutkittavasta ilmiöstä tiedon keräämistä sen luonnollisessa ympäristössä, joko ulkopuolisen havainnoinnin tai osallistuvan havainnoinnin näkökulmasta (Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Ylänne & Paavilainen 2011, 115). Havainnoin Alvar Aalto -museon yleisöpalvelutoiminnan osa-alueita pääasiassa museon verkkosivujen sekä museon sekä kahvilan työntekijöiden kanssa käymieni keskustelujen perusteella. Lisäksi otin erääksi havainnointini näkökulmaksi asiakkaan vierailukokemuksen niin museon kotisivujen käyttäjänä kuin varsinaisena museokävijänä.

Vertailuasetelmien avulla voidaan tarkastella vaikuttavuutta ja toimintatapoja sekä hahmottaa muutosta tai kehitystä vertailun avulla (Ronkainen ym. 2011, 65). Vertailuasetelmia käyttäen muodostin toimenpidesuosituksia koskien Alvar Aalto -museon tiedotusta internetissä. Vertailin museo- ja tiedekeskusten internetsivujen informatiivisuutta palvelujen osalta.

Käytin työssäni museoalaa, palvelumuotoilua sekä tapahtumatuotantoa käsittelevää lähdekirjallisuutta sekä museon kotisivuja ja internetjulkaisuja. Lisäksi lähestyin aihetta myös kirjaston tulevaisuutta käsittelevän kirjallisuuden kautta verraten museon ja kirjaston tilanteen ja haasteiden yhteneväisyyttä keskenään.

Haastattelin Alvar Aalto -museon yhteydessä olevan Café Alvarin yrittäjää Anna Kylmälää sekä opinnäytetyön tilaajaa Pia Poskipartaa strukturoimattomasti, eli avoimen haastattelun kautta keskustellen. Ryhmähaastattelun teemoina olivat tämänhetkinen palvelutarjonnan struktuuri sekä kehittämiskohteen tulosten niin saottujen talon sisäisten pääkäyttäjien, Pian ja Annan, toiveet ja ideat.

Haastattelussa toistuvasti esiin nousseita teemoja oli karkeasti jaoteltuna kolme. Ensimmäinen asiakkaalle yhtenevä ja saumaton palvelukokemus sekä museon helppo lähestyttävyyden ja kynnyksen madaltaminen nähtiin tärkeäksi. Toiseksi ydinasiaksi muodostui työkalutason eli käytännön tason toiminnan toteuttaminen, kuten tilavuokrausasiat sekä muut käytännön järjestelyt. Kolmanneksi ydinajatuksiksi keskustelussa nousi innokkuus uusiin ideoihin, itse tekemiseen ja yleisötoiminnan suosion lisäämiseen innovatiivisesti.



## 5 PALVELUT JA TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

Tässä luvussa käsittelen työni pääasiallista kehittämiskohdetta museolla. Avaan ensin palvelumuotoilun käsitettä siirtyen kuvaamaan palveluiden nykytilan kautta itse kehittämisprosessia ja niihin kuuluvia toimenpide-ehdotuksia.

### 5.1 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on palvelujen kehittämistä ja innovointia järjestelmällisesti samanaikaisesti sekä analyyttiseltä että intuitiiviselta kannalta. Analyttisesti lähestyttäessä tarkastellaan tutkimuksiin, dataan ja tosiasioihin perustuvaa tietoa, kun intuitiivinen lähestymistapa on tulevaisuuden ja mahdollisuuksien hahmottamista. (Tuulaniemi 2009, 10–11.) Palvelumuotoilun tavoitteena on tehdä asiakkaan palvelukokemuksesta mahdollisimman onnistunut ja asiakkaalle positiivinen kokemus. Tämä tapahtuu tarkastelemalla asiakaskokemuksen ydinpiirteitä ja optimoimalla itse palvelun prosessi, työtavat, tilat ja vuorovaikutus. (Tuulaniemi 2009, 26.)

Palvelumuotoilu on siis sekä tietoon että tulevaisuuden suuntaviivoihin perustuvaa asiakkaan palvelukokemuksen optimoimista, eli mahdollisimman hyväksi tekemistä. Palvelumuotoilu alkaa aivan palvelun työkalutasolta eli asiakkaalle näkymättömästä prosessista, jolloin palvelua luodaan. Konkreettisesti palvelumuotoilu tarkoittaa Alvar Aalto -museon yhteydessä sitä prosessia, jossa pyritään sekä tosiasioiden kuten esimerkiksi kysely- tai tutkimustulosten sekä intuitiivisen päättelyn ja nykyajan ilmiöihin peilaavan hahmottelun avulla muokkaamaan ja kehittämään palvelupaketteja mahdollisimman hyvin kaikkia osapuolia palvelevaksi.

*This is service design* -kirjan kirjoittaja Marc Stickdorf on tiivistänyt palvelumuotoilun vahvuuden sen häilyvään määrittelyyn: palvelumuotoilu on pikemminkin yleinen ajatustapa ja prosessi, joka pohjautuu moniin osaamisalueisiin, jotka kaikki voivat käyttää palvelumuotoilua palvelujen kehittämisen yhteisenä kielenä

(Tuulaniemi 2009, 60). Näin ollen palvelumuotoilun sanakirjamääritelmä on laaja ja monitulkintainen.

Taloudellisesta näkökulmasta palvelumuotoilulla pyritään asiakaskunnan kasvamiseen ja sen myötä tulojen nousuun parempien palveluiden johdosta. Ilahduttaessaan ja miellyttäessään asiakasta hyvät palvelut johtavat tiiviimpään asiakasuskollisuuteen, ja palveluosaaminen tuo yritykselle tai organisaatiolle kilpailuetua. (Tuulaniemi 2009, 29.)

Palveluissa keskeisin asia on itse asiakkaan saama palvelukokemus, joka käsittää koko kokonaiskuvan: mainonta, laatu, asiakaspalvelutilanteet, käytön helpous, luotettavuus ja kontaktit ennen palvelua kuuluvat asiakaskokemukseen. Itse asiakaskokemus on jaettavissa toiminnan tasoon, tunnetasoon ja merkitystasoon. Toiminnan taso kattaa funktionaaliset toimet kuten prosessien sujuvuuden, hahmotettavuuden, saavutettavuuden, käytettävyyden, tehokkuuden ja monipuolisuuden. Toiminnan tason vaatimusten tulee täytyä palveluiden pyörimiseksi. Tunnetasolla on asiakkaan välittömät tunteet ja kokemukset koskien palvelua. Tällaisia ovat palvelun miellyttävyys, kiinnostavuus, innostavuus, tunnelma ja tyyli. Merkitystaso on tasoista syvin ja se kattaa mielikuvia, kulttuuri-koodeja, unelmia, oivalluksia sekä vastaavia merkitysulottuvuudellisia osa-alueita. (Tuulaniemi 2009, 74.)

Alvar Aalto -museolla palvelumuotoilu on ennen kaikkea sen käyntiin saattamista ja asiakaskokemuksen kriittisten pisteiden optimoimista jouhevan palvelukonseptin aikaansaamiseksi. Perusasiakaskokemus on museolla miellyttävä, mutta jotta positiivinen kokemus saadaan myös sellaisista palveluista, jotka eivät ole tois- taiseksi olleet osana museon jokapäiväistä arkea, on kiinnitettävä huomiota juurikin näihin palvelumuotoilun aakkosiin, jotka ovat palveluprosessin ja palveluiden sisäisten työtapojen ytimessä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että toimivan palvelukonseptin syntymiseksi on tehtävä kunnon pohjatyö; asiakkaalle ei synny optimaalista asiointikuvaa museosta, jos palvelujen asiakkaalle tarkoitettu informaatio on hajanaisesti esillä tai puutteellista.

## 5.2 Toiveet, tavoitteet ja tuleva

### Palvelutoiminnan nykytilanne museolla kehittämisen näkökulmasta

Palvelut täytyy rakentaa ja hinnoitella niitä kysyttäessä joka kerta uudestaan, eikä valmiita toimintamalleja ole, sillä kysyntä on niin vähäistä. Resurssipula on jättänyt palveluiden konkretisoimisen vähemmälle eikä kaikkia työtehtäviä ole mahdollista jakaa työntekijöiden kesken edellisten tehtävien päälle.

Museolla on jo olemassa muutamia palvelukokonaisuuksia opastettuihin kierrokseen, mutta niitä ei ole vielä saatu nettisivuille asti tai yleiseen tietoon suoraan asiakkaalle tarjoamisen lisäksi. Näiden kokonaisuuksien pohjalta on toimittu tähän asti soveltaen, mutta ei kuitenkaan niin kattavasti, että niitä voisi markkinoida ulospäin tai kutsua museon palvelupakettien toimintaraameiksi. Nämä Jyväskylään sijoittuvat viitisen valmista pakettia ovat opastettuja palvelukokonaisuuksia, jotka rakentuvat Jyväskylän Aalto-kohteiden kiertämiseen oppaan johdolla tai itsenäiseksi. Paketteihin on tilattavissa myös kahvi tai lounas sopimuksen mukaan. (liite 1)

Palvelupakettien kehityskohde on nimenomaan palveluiden tuotannollisessa puolessa, sisällön ollessa jo olemassa. Tarkoitus on saada palvelut esille ja sitä kautta myyntiin ja näin kasvattaa museon tuloja ja tunnettuutta.

### Mahdollisuudet ja tulevaisuus

Museolla on niin sanotusti etuoikeus Aalto-materiaaliin, sillä se omistaa Aallon toimiston kaikki piirustukset, maailman isoimman Aalto-huonekalukokoelman, laajan maailmanlaajuisen Aalto-tutkijaverkoston sekä kattavinta Aalto-asiiantuntemusta. Tätä tietotaitoa voidaan hyödyntää jokavuotisissa seminaareissa, mutta on mietittävä, kuinka sen saisi valjastettua uudella tavalla tai paikallisesti. Alvar Aalto -säätiö on vaikutusvaltainen, ja se sekä museo ovat merkittäviä tahoja kulttuurin ja arkkitehtuurin saralla niin kansainvälisesti kuin kotimaassakin. Tällainen vaikutusvalta olisi myös mahdollista valjastaa tulevaisuudessa entistä suuremmin.

Pienemmässä mittakaavassa museolla olisi mahdollista järjestää kattaviakin tilaisuuksia hyödyntäen näyttelyiden ja museon muiden palvelutarjonnan mahdollisuuksien ympärille rakennettuja palvelukokonaisuuksia sekä luentoja. Lisäksi museolta on tilattavissa työpajatoimintaa ja opasasiantuntemusta. Museokauppa on myös tärkeä oma lisäarvon tuojansa museossa kokonaisuuden sekä viihtyvyyden kannalta. Uusia mahdollisuuksia toisi yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa sekä aktiivinen kanssakäyminen muiden kulttuurilaitosten, kuten kirjastojen kanssa.

Mahdollisuuksia on mahdoton rajata ja eritellä kokonaisuudessaan, sillä niitä löytyy yllättävistäkin paikoista ja tilanteista. Museon tehtävänä ei olekaan vain etsiä mahdollisuuksia, vaan hyödyntää jo olemassa olevia.

### 5.3 Palvelupakettien kokoaminen ja asiakkaan polku museossa

Kun ryhdytään kokoamaan toimivaa palvelukokonaisuutta Jyväskylän Alvar Aalto-museolle, on ensin eriteltävä kaikki palvelukokonaisuuksien liikkuvat osat ja huomioon otettavat seikat. Koska paketeista ja osasista on koottava hinnoittelultaan järkeviä kokonaisuuksia, on mietittävä pakettien luonne ja joustavuus: laadi taanko monia eri vaihtoehtoja, vai vain muutama muokattavissa oleva kokonaisuus ja keskitytäänkö palvelupaketeissa ryhmiin vai yksilöihin.

Ensin on rajattava, mitä palvelukokonaisuuksiin halutaan tuoda ja mitä toimintamalleja menneisyydestä halutaan kenties unohtaa kannattamattomina. Ovatko kaikki mahdollisuudet välttämättömiä ja mitä uutta museon palvelukonseptiin voisi tuoda? Tärkein asia on kuitenkin saada palvelukonseptin päätuotteiden tärkein informaatio yhteen: yhteystiedot, aikataulut, vastuuhenkilö ja hinnasto – nämä asiat puuttuessaan vaikuttavat kriittisesti asiakkaan kokemukseen.

Seuraavaksi erittelen asiakkaan polun näkökulmasta palvelutoimintaan liittyviä olennaisia asioita ja osia, joiden selkeys on toimivan kokonaisuuden edellytys. Olen painottanut itsestään selviäkin asioita, sillä ne unohtuvat helposti.

## 1. Internetsivut

Asiakkaan polku Alvar Aalto -museossa alkaa jo kotona hänen etsiessään tietoa museon aukioloajoista, hinnoista sekä mahdollisista museon tarjoamista lisäpalveluista. Lisäksi asiakas saattaa tarkistaa pysäköintimahdollisuudet sekä esimerkiksi mahdollisuuden kulkea liikuntarajoitteisen ystävän kanssa museon tiloissa.

Kun asiakas menee Alvar Aalto -museon internetsivuille etsimään tietoa, löytää hän aukioloajat ja muut perustiedot näyttelyvierailuista. Kuitenkin etsiessään tietoa museon tilavuokrista ja kokouspalveluista, hän löytää vain tiedon aukioloaikojen ulkopuolisten tilojen avaamisen hinnasta. Kohdassa ”muut vierailut ja tilavuokrat” puhutaan vain Alvar Aallon kotitalosta ja ateljeesta, mutta missään ei ole informaatiota museon tilojen käytöstä niin kokoustarkoituksiin kuin juhlatilaisuuksiinkaan. Café Alvarin välilehdellä mainitaan mahdollisuudesta järjestää yksityistilaisuuksia sopimuksen mukaan ja ohjataan asiakas kahvilan nettisivuille, joilta löytyykin kattavasti tietoa kahvilan tarjoamista palveluista yksityistilaisuuksiin liittyen. Kuitenkaan museon nettisivuilta ei löydy yhteystietoja eikä muitakaan tietoja liittyen tilavarauksiin: kokoustiloihin, yksityistilaisuuksiin, hinnastoon tai esimerkiksi varauskalenteriin.

Vaikka Alvar Aalto -museo on fyysisessä kokoluokassaan pienempi, on Suomen ilmailumuseo erinomainen esimerkki siitä, kuinka museo voi tila- ja kokouspalveluistaan internetissä tiedottaa. Ilmailumuseon nettisivuilta löytyy jokaisen vuokrattavan tilan kapasiteetti, hinnasto, valokuva sekä yhteystiedot kunkin tilan vuokraamista ja lisäkysymyksiä varten. Lisäksi niin ilmailumuseo kuin esimerkiksi Merikeskus Forum-Marinum kertoo lisätietojen kohdalla pysäköinnistä ja muista asiakkaan ostopäätökseen vaikuttavista seikoista, kuten esimerkiksi kokoustilan tekniikasta. Lisäksi Merikeskuksen palvelusivuilla on oiva myyntipuhe, jolla saadaan aikaan tunne siitä, että asiakas on erittäin tervetullut käyttämään museon lisäpalveluja.

Alvar Aalto -museon yhteydessä voi tuntua siltä, että pysäköintitietojen tai koustilojen valokuvien lisääminen internetsivuille muiden tietojen yhteyteen on liioittelua, vaikka se on juurikin päinvastoin: itse en lähestyisi tilanvarausasioissa tahoa, jonka internetsivuilta on mahdotonta saada ajankohtaista tietoa.

## 2. Cafe Alvar

Asiakkaan saapuessa museoon hän tulee tilaan, josta on mahdollista mennä museon vastaanottoon, lahjatavaraliikkeeseen tai museon kahvilaan Café Alvariin. Jos vastaanotossa ei sillä hetkellä satu olemaan henkilökuntaa, saattaa asiakas käydä tiedustelemassa kahvilasta tarvitsemaansa palvelua. Kahvilan työntekijät eivät ole museon työntekijöitä, mutta olisi kaikkien etujen mukaista, jos kahvila voisi palvella asiakasta mahdollisimman hyvin.

Myös selkeiden raamien luominen Cafe Alvarin ja museon muulle yhteistyölle on ensisijaista palvelutarjonnan peruskiveä valettaessa. Kahvilan ja museon yhteistyössä pääasialliset huomioitavat seikat ovat niin sanottuja työkalutason asioita; laskutus ja yhteystiedot ovat hyviä esimerkkejä näistä. On määriteltävä, mistä osa-alueista kahvila on vastuussa ja mitkä ovat kokonaan museon vastuulla. Kuka laskuttaa, keneen asiakas ottaa yhteyttä tila-asioissa ja kuinka tila-asioiden vastuu jaetaan; hoitaako kahvila vain oman tilansa varauksia ja lounas- ja kahvipalveluita, vai onko kahvila vastuussa kaikesta ulkopuolisille tehdystä tilanvuokrauksesta museo- ja kahvilatiloissa?

## 3. Tilat

Tilojen osalta tärkeimmät kirkastettavat seikat ovat aikataulutus, vastuuhenkilön yhteystiedot sekä tilojen markkinointi ja tiedottaminen. On määriteltävä ne yhteystiedot, jotka ilmoitetaan internetissä tilanvarauspalvelujen yhteydessä. Lisäksi on pysyttävä perillä eri tilojen käytöstä esimerkiksi mahdollisuuksien mukaan internetkalenterin avulla. Tieto tilanvarausmahdollisuuksista on päivitettävä ja kaikki on pidettävä tietoisina mahdollisista muutoksista tilanvarauksiin liittyen. Mahdollinen vastuuhenkilö tai muu yksinkertainen kirjanpito tilavarauksista on tärkeää sekä käytännöllisesti katsoen että ammattimaisen imagon tukemiseksi

niin henkilökunnalle että asiakkaalle. Tilat on myös huomioitava tiedotuksessa ja markkinoinnissa yhtenä museon tarjoamana palveluna.

Tällä hetkellä asiakas ottaa yhteyttä sopivammaksi näkemäänsä henkilöön, eli tilanvarausasiat ovat levällään, eivätkä tilojen käyttötiedot ole yhdessä paikassa ylhäällä. Pöytäkirjojen tilavarausten vaaraa ei ehkä tämänhetkiselällä käyttöasteella ole, mutta varauskalenteria on mietittävä, mikäli tiloja lähdetään kehittämään tilavuokrauksien lisäämiseksi.

Vaikka kaikki tämä edellä mainittu voi kuulostaa isolta ja aikaa vievältä, on muistettava, että loppujen lopuksi tämän osa-alueen tavoitteena on saada paketoitua tila-asioiden pelisäännöt yksinkertaiseen, toimivaan pakettiin. Ei niinkään ole väliä, millä resurssein tämä rakenne kasataan, kunhan lopputulos on kaikkia mahdollisimman hyvin palveleva. Ratkaisut voivat olla hyvinkin yksinkertaisia ja oikea tapa on etsittävä kokeilemalla.

#### 4. Opastus

Niin kuin muistakin palveluista, tiedon opaspaketeista ja opastusmahdollisuuksista sekä hinnoista on oltava mahdollisuuksien mukaan kaikkien käsillä, sillä ei ole kenenkään etujen mukaista, että asiakas täytyy aina ohjata välikäsien kautta ajankohtaisimman tiedon luo esimerkiksi tarjoamalla puhelinnumeroa tai sähköpostiosoitetta. Tämä pätee kaikkiin museon palveluihin.

#### 5. Pedagoginen toiminta ja työpajat

Informaatio Alvar Aalto -museon työpajoista ja muusta pedagogisesta toiminnasta, kuten arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatustoiminnasta, tulisi olla kattavasti ja selkeästi esillä internetsivuilla niin, ettei asiakkaan tarvitsisi jokaista askarruttavaa kysymystä varten lähteä tiedustelemaan asiasta sähköpostilla. Nettisivuille ei suinkaan tarvitsisi koota laajaa UKK-osiota (usein kysytyt kysymykset), vaan tiedoksi riittäisivät ne samat tärkeät tiedot kuin muihinkin palveluosioihin: yhteystiedot, hinnoitteluperusteet ja aikataulut. Tällä hetkellä kotisivuilla mainitaan kolmasluokkalaisten työpajatoiminta sekä menneitä työpajoja, mutta missään ei ole

kattavaa tietoa miten työpajoihin esimerkiksi ilmoitaudutaan tai miten niitä voisi tilata. Tiedustelua varten sivun alareunasta löytyy sähköpostiosoite ja puhelinnumero, mutta laaja toimintaa kuvaava osio muine tietoineen puuttuu. Museon pedagoginen toiminta on kattavaa, mutta tällä hetkellä sen myyntiin ei ole kiinnitetty varsinaista huomiota ja näin ollen käyttöaste on pieni.

#### Tiivistelmä kohdista 1-5:

- Kahvilan ja museon suhteet palvelutoiminnassa on määritettävä selkeästi.
- On luotava tilanvarauskäytännöt ja pidettävä kaikkien palveluiden ydininformaatio ajantasaisena:
  1. Yhteydenottotiedot, 2. Hinnoittelu, 3. Aikataulut
- On sitoutettava työntekijät seuraamaan käytäntöjä pysyvyyden ja jouhevuuden aikaansaamiseksi.

#### 5.4 Palvelut osaksi museon toimintamalleja & ihmisten ulottuville

Jotta palvelupaketit ja niihin käytetty työ eivät jäisi vain pöytälaatikkoon tai maininnaksi vuosikertomukseen, on ne saatava osaksi museon toimintamalleja niin kuin mikä tahansa museon toimintaa määrittävä tapa. Jos palveluja ei markkinoi, kehitä ja edistä, niistä ei ole mitään hyötyä. Palvelupakettien olemassaolon tarkoituksena ei pelkästään ole olla olemassa sitä varten, että jokin taho keksii niitä kysyä, vaan niiden on oltava yksi tuote, jota museo markkinoi siinä missä muutaakin toimintaansa, jos haluaa niistä olevan hyötyä.

Museolla on kyllä pyritty kehittämään palvelutoimintaa aiemmin, mutta resurssipulan vuoksi on jostain täytynyt nipistää. Alvar Aalto -museon perusyleisötoiminnan, kuten näyttelyiden ja seminaarien tiedotus hoidetaan henkilökunnan kesken,



eikä varsinaista tiedotus- tai markkinointivastaavaa Jyväskylän museolla ole. Resurssit eivät riitä pitkän tähtäimen kehittämiseen museon toiminnan eri osa-alueilla, joten juurikin palvelutoiminnan kehittäminen on jäänyt vähäisemmälle.

Palvelupakettien lanseeraamisen ohessa olisi siis tärkeää koostaa internetsivuille selkeä tietopaketti museon tarjoamista palveluista ja niistä koostetuista palvelupaketeista. Sivuilla olisi oltava tieto kokoustiloista, työpajoista, kahvilan palveluista sekä muista osasista kuten mahdollisuudesta vuokrata polkupyöriä. Lisäksi sivuilta olisi löydettävä selkeä informaatio palvelujen ja palvelupakettien hinnoista sekä yhteystiedoista palveluihin liittyen.

Palveluiden lanseeraamisen yksityiskohtien, kuten julkistamisaikataulun, tärkeys riippuu katsantokannasta: halutaanko palvelut lanseerata näyttävästi asiakkaan tietoon vai halutaanko palvelupinta ehyeksi jatkuvan kehittämisen kannalta tapahtuvan prosessin kautta niin, että palvelukokonaisuudet muodostuvat museolle ajan kanssa ilman suurempaa ulospäin näkyvää julkistamista? Tämä opinnäyte-työ käsittelee museon palvelukonseptin uudistamista kehittämisen kannalta, mutta myynnin edistämistä ja museon toiminnan virkistämistä ajatellen olisi järkevää harkita myös palvelukokonaisuuksien uudistamista siten, että asiakkaille esiteltäisiin museon uudistunut palvelukonsepti uutena kokonaisuutena. Asiakasnäkökulman lisäksi on myös mietittävä kuinka lanseeraaminen tapahtuu itse museon henkilökunnalle, jotta toimintatavat sisäisestään ja omaksutaan. Usein syksy nähdään parhaana ajankohtana muutoksille ja uudistuksille joko esimerkiksi tilikauden tai lukuvuoden alkaessa, kun kesälomat on vietetty ja joulun on vielä aikaa.

### Markkinointi

Markkinointi on tärkeä osa jokaisen tuotetta, palvelua tai elämystä myyvän tahon toimintasuunnitelmaa ja sen toteuttamista.

Markkinoinnin tavoitteena on kiinnittää asiakkaan huomio ja kertoa asiakkaalle tuotteesta tai palvelusta niin, että potentiaalisen asiakkaan mielenkiinto muuttuu mielihaluksi tai tarpeeksi ja tätä kautta ostopäätökseksi. Tämä on kuitenkin nykypäivänä entistä vaikeampaa päivittäisen informaatiotulvan koskettaessa meitä

kaikkia, jolloin olemme tottuneet torjumaan meitä kaiken aikaa lähestyviä markkinointiviestejä. Markkinoinnin suurin tehtävä, saada herätettyä kuluttajien huomiota, on samaan aikaan sen suurin haaste. (Tuulaniemi 2009, 43.)

Alvar Aalto -museon tapauksessa museon peruskävijäkunta on vakiintunutta ja näin ollen löytää museon näyttelyihin sekä näyttelyn avajaisiin. Kuitenkaan kävijöitä ei huippusezonkien ulkopuolella ole niin paljoa, että muuhun museon tarjoamaan toimintaan riittäisi kävijöitä ilman satsausta markkinointiin.

Asiakaspalvelukokemuksen vaikutusta asiakkaan mielikuvaan ja ostopäätökseen ei voi alleviivata tarpeeksi. Kun jokainen palvelun ja palveluntarjoajan sekä asiakkaan vuorovaikutustilanne on mahdollisuus kertoa tarinaa ja brändiä palvelun ympärillä, on jokainen palvelutilanne markkinointiteko. Palvelu on viime kädessä tehokkainta markkinointia (Tuulaniemi 2009, 50).

## 5.5 Palvelupaketit

Seuraavassa olen eritellyt ehdotuksiani palvelupakettivaihtoehtoista Alvar Aalto -museolle. Ehdotuksiin olen tiivistänyt seikkoja, joita on paketteja kootessa tai muokatessa otettava huomioon.

### 1. Kokouspaketti

Valmiita kokouspaketteja laatiessa on otettava huomioon henkilömäärät, itse tilan ulottuvuudet ja tietotekniikka sekä lounaan ja kahvin tarve. Kokouspakettiin olennaisena osana kuuluu kokoustila, mutta lisämyynti kahvin tai lounaan muodossa olisi kannattavaa museolle sekä miellyttävää tilaajataholle. Lisäksi, riippuen asiakastahosta, jokin kevyt pedagoginen ja virkistävä lisätekeminen voisi sopia kokouspakettiin mukaan; ainakin sellaisen voisi hahmotella valmiiksi mahdollista myöhempää tarvetta varten ja se olisi myös sellaisenaan helppo siirtää kevyempiin tilaisuuksiin.

## 2. Aikuisten iltatilaisuus

Näyttelyn avajaiset toimivat nykyisellä mallillaan hyvin, ja nyt on mietitty mahdollisuutta niin sanotuista avajaisten jatkoista, jolloin avajaisilta jatkuisi pidempään, kuin se nykyään museolla kestää. Avajaiset olisivat rennompia iltatilaisuuksia aikuisille. Avajaisten jatkot eivät varsinaisesti kuulu palvelupakettitilaukseen, mutta samalla iltatilaisuuden kaavalla olisi mahdollista rakentaa myös muita tilaustapahtumia.

Aikuisten iltatilaisuus voisi liittyä myös esimerkiksi yhteistyöhön jonkin toisen toimijan kanssa, riippuen asiakkaan tarpeista: onko tarve koko päivän tai useamman kestävälle kokonaisuudelle, vai onko kyseessä suppeampi tilaisuus ennen esimerkiksi teatteriesitystä.

Iltatilaisuuteen sopivaa ohjelmaa olisivat luentojen ja näyttelyyn liittyvien sisältöjen lisäksi esimerkiksi musiikki- ja tanssiesitykset sekä muut luovan alan sisällöt kuten monologit ja pienet teatteriesitykset luokiteltavat esitykset. Lisäksi poikkeukselliset sisällöt kuten ei-tyypilliset soittimet, museon ympäri kulkevat performanssi- tai tanssiesitykset tai mindfulness-tyyppiset koulutukset voisivat kohderyhmästä riippuen sopia erityisiin iltatilaisuuksiin.

## 3. Lasten synttärät

Lasten synttärät on näistä paketeista mahdollisesti eniten muokattavissa oleva paketti. Tätä pakettia laadittaessa on jälleen mietittävä vaihtoehdot erilaisille toiveille: kuuluuko pakettiin vain sisällöllistä toimintaa, vai onko asiakkaan toiveissa laajempi tilaisuus sisältäen myös ruokailun. Myös lasten ikä määrittelee synttäreiden sisältöä, mutta pääsääntöisesti synttäripakettiin kannattaa valita suhteellisen ikäjoustavaa sisältöä esimerkiksi ikähaarukalle 9-13, kuitenkin niin, ettei kolmasluokkalaisten vuosittaisten museokäyntien sisältö mene täysin päällekkäin synttäreiden sisältöjen kanssa. On myös päätettävä, hinnoitellaanko syntymäpäivätilaisuus valmiina pakettina vai pohjahinnan ja osallistujien lukumäärän mukaan.

## *Synttäripakettiesimerkki*

### *Lasten synttärit*

*Alvar Aalto -Museo on vaihtoehtoinen hauska paikka lasten syntymäpäiväjuhlille, joilla pääpaino on luovassa ja hauskassa yhdessä tekemisessä ja uuden luomisessa oppimisen hengessä. Synttärit koostuvat erilaisesta Alvar Aalto -museon henkeen sopivasta arkkitehtuurisesta askartelusta sekä arkkitehtuuristen ilmiöiden pohtimisesta luovassa leikin ja juhlan hengessä.*

*Synttäripakettiin kuuluu sopimuksen mukaan synttärihenkistä sormiruokaa sekä syntymäpäiväleivokset ja mehua. Erityisruokavaliot ilmoitettava. Aikuisen läsnäolo on toivottavaa.*

#### 4. Virkistyspäivä

Virkistyspäivän ohjelma on sisällöllisesti hyvin laajasti muokattavissa sen vapaamman luonteen sekä asiakkaan omien toiveiden mukaan, mutta perusrungon voi määritellä ainakin yksittäisten osasten hinnoittelun myötä. Virkistyspäivät voivat olla pelkästään museon kohteisiin ja ruokailuun liittyviä kokonaisuuksia, mutta niihin voisi myös kehittää yhteistyötoimintaa eri toimijoiden kanssa riippuen virkistystilaisuuksien ja -tapahtumien laajuudesta.

Vaikka ei välttämättä ole järkevää luoda valmiita kovin yksityiskohtaisia virkistyspaketteja, voisi yksinkertaisen virkistyspäiväpakettikonseptin, kuten sanottua, luoda valmiiksi. Näin asiakaskin huomaa tällaisen mahdollisuuden olevan olemassa. Lisää työhyvinvointikonseptista luvussa 6.3.

#### 5. Erilliset juhlatilaisuudet

Koska erillisiä yksityisiä juhlatilaisuuksia järjestetään säännöllisesti, niille on jo olemassa jonkinlainen toimintaperiaate. Kuitenkin olisi kaikille kätevintä päivittää myös toimintamallit yksityisten tilaisuuksien järjestämiseen tai niihin liittyvin tilanvuokrausasioihin, mikäli ne tuntuvat jähmeiltä.

Olen nostanut erilliset juhlatilaisuudet tähän palvelupakettikoontiin siksi, että niihin voisi mahdollisesti olla sovellettavissa palvelupakettipohjainen lähestymistapa, jossa yksityistilaisuuksien kuten häiden ja rippijuhlien järjestämisen tiedot ovat koottuna ja hinnoiteltuna valmiiksi paketeiksi, joista niitä voisi lähteä soveltamaan asiakkaan tarpeiden ja toiveiden mukaan.

## 5.6 Muut toimenpide-ehdotukset

Tässä luvussa esittelen kokoamiani toimenpide-ehdotuksia, joista voi ottaa ratkaisuja tai vinkkejä palvelutoiminnan kehittämisen aloittamiseen. Ehdotusten taustalla on selkeitä epäkohtia museon palvelutoiminnassa.

### 1. Palvelupakettikoonti ja tarjotinmalli

Jotta museon palvelutoiminta saadaan ehyeksi kokonaisuudeksi, on palveluista koottava selkeä kattaus, josta niin museo itse kuin asiakaskin hahmottaa museon palvelutarjonnan kokonaisuudessaan. Aluksi riittänee listaus museolle itselleen niistä palveluista, joita halutaan myydä ja kehittää, mutta tulevaisuudessa voisi palvelupaketit koota vuosittain päivitettävään esitteeseen, josta asiakas näkee kaikki museon tarjoamat mahdollisuudet.

Palvelupakettien laajan mahdollisuuksien kirjon vuoksi Alvar Aalto -museolla voisi toimia niin sanottu tarjotinmalli, jossa palvelut olisi pilkottu ja hinnoiteltu selkeästi erikseen niin, että asiakas saisi joka kerta haluamaansa hintahaarukkaan mahtuvan räätälöidyn paketin. Tämän mallin hyvinä puolina olisivat pakettien monimuotoisuus sekä turhan työn minimointi. Tällä tarkoitan sitä, että vaikka museolla olisi tarjota valmiiksi mietittyjä paketteja, voisi asiakas silti haluta muokata valitsemaansa pakettia jollain tavalla, jolloin valmiiksi mietitty hinta ja kokonaisuus saattaisivat olla turhia.

Kun jokaiselle palvelun osalle (lounas vaihtoehtoinen, opastus, polkupyörä, luento yms.) on määritelty arvo ja lisätiedot, on myös museon puolelta helpompi rakentaa asiakkaan toiveiden mukainen kokonaisuus ilman valmiiden pakettien

muokkausta. Lisäksi asiakas näkee mistä hinnat koostuvat, kun palvelupakettien osilla on oma arvonsa. Tarjotinmalli ei myöskään poissulje mahdollisuutta, jossa asiakas tilaa museolta valmiin kokonaisuuden.

Tarjotinmallin avainasemassa on selkeä ”esillepano”. Tarjotinmallia voisi myös käyttää vain osassa museon tarjoamia palvelukokonaisuuksia, mikäli se nähdään liian monimutkaisena yksinkertaisimpiin palveluihin. Esimerkiksi virkistystoiminta tai juhlatilaisuudet olisi kätevä esittää asiakkaalle myös tarjotinmallin näkökulmasta. Tarjotinmallia voi ajatella myös eräänlaisena palveluiden Fantasia-pit-sana, jossa asiakas saa valita palvelupakettinsa täytteet tarjottimelta.

## 2. Konkreettinen palaveri palveluiden selkeyttämisestä ja tehtävänjaosta

Palveluiden selkeyttäminen sekä tehtävänjako Alvar Aalto -museon ja Café Alvarin välillä olisi hyvä aloittaa konkreettisella kehittämissalaverilla, jonka tavoitteena olisi kehityskohteeseen tarttuminen ja lopulta palvelujen selkeyttäminen. Palaverissa päätettäisiin vastuuhenkilöt eri palveluihin, kuten työpajoihin, tilavuokraukseen sekä opastuspalveluihin. Lisäksi tehtäisiin selkeä jako museon ja kahvilan vastuiden välille.

Tässä tilaisuudessa olisi myös hyödyllistä kartoittaa tarvittavat tiedot internetsivuille sekä alustava tietopaketti, jonka mukaan palveluita myydään ennen valmista palvelukoontia ja valmiita internetsivuja. Vaikka kotisivut eivät olekaan tällä hetkellä rakenteellisesti ideaalit, olisi sinne tärkeää lisätä tärkeimmät tiedot palveluista. Esimerkiksi selkeät kuvaukset tämänhetkisistä tilattavista työpajoista tai vuokrattavista tiloista yhteystietoineen olisi tärkeä laittaa asiakkaan saataville.

Tällainen palaveri kaikkien museon palvelutoiminnassa mukana olevien kesken sitouttaisi kaikki kehittämään osaltaan museon palvelupinnan eheyttämistä ja takaisi tiedon kulun jokaiselle. Palveluille olisi myös hyödyllistä koota kaikkien saatavissa oleva online-kalenteri, johon päivitetäisiin aina ajankohtaisin tieto tilanvarauksista, tilatuista työpajoista tai tilaisuuksista päällekkäisten varausten ja muiden päällekkäisyyksien välttämiseksi. Museon kotisivuille olisi ihan ensimmä-

mäiseksi lisättävä kuvaukset ja tiedot kaikista sellaisista palveluista, joiden myyntiä halutaan edistää. Kaikkien palvelujen hinnastojen, aikataulujen ja yhteystietojen lisäksi kuvaukset sekä tiedot, kuka ja miten niihin voi osallistua tulisi löytyä internetsivuilta, mikäli palveluita aiotaan myydä.

### 3. Yhteistyö muiden museoiden kanssa

Vaikka Alvar Aalto -museo on säätiöperustainen museo, ei se tarkoita etteikö se voisi tehdä yhteistyötä muiden museoiden ja taide- sekä tiedekeskusten kanssa. Esimerkiksi yhteinen seminaari nykypäivän museon ja museoalan haasteista ja niiden ratkaisuksista hyödyttäisi kaikkia osallistujia, tulivat ne sitten julkiselta tai yksityiseltä puolelta. Yhteistyö ja aivoriihi voisi olla toisenlaisessakin muodossa, mutta ydinideana on kuitenkin sisältöideoiden ja toimintamallien jakaminen ja vastaanottaminen sekä esimerkiksi uusien rahoitusväylien ja -tapojen kartoittaminen yhteisöllisesti.

## 6 IDEAPANKKI

Opinnäytetyöprosessin aikana syntyneet sisältöideat

Tässä luvussa olen ideoinut ja kerännyt erilaisia ideoita ja ajatuksia museon toimintaan niin tapahtumien kuin yhteistyön ja uusien palvelujen osalta. Tämän osion tarkoituksena on toimia inspiroivana ideakarttana, jonka pohjalta voi lähteä kokeilemaan ja keksimään erilaisia sisältöjä museoarkeen ja -tapahtumiin.

### 6.1 Toiminnallisuus museoympäristössä

Vaikka Alvar Aalto -museon sisällöllisen kehittämisen tavoitteena ei tällä hetkellä ole luoda isoja joukkotapahtumia eikä suuremman luokan festivaalimaisempia tapahtumia satojen ihmisten elokuisia seminaareja lukuun ottamatta, voisi museoympäristöön ideoida ja luoda paljon erilaisia yhteisöllisiä ja toiminnallisia pieniä tapahtumia, esimerkiksi itse Alvar Aallon elämän ja harrastusten innoittamana. Hyvänä esimerkkinä on Aallon elokuvaharrastus; Aalto piti nuoruudessaan elokuvakerhoa ja oli innokas elokuvaharrastaja. Elokvateemainen, Aaltoa sivuava näyttely yhdistettynä elokuvanäytökseen tai -työpajaan voisi olla mielenkiintoinen, uusi ja virkistävä tapahtuma Alvar Aalto -museolla, ja se käsittelisi niin Aallon henkilökohtaista henkilöhistoriaa kuin kulttuuria elokuvan muodossa arkkitehtuurisissa tiloissa Alvar Aalto -museolla. Tällaiset itse Alvar Aaltoon ja vaihtuviin näyttelyihin nivoutuvat tapahtumat ja työpajat sopisivat myös tavoitteeseen madaltaa eräänlaista näkymätöntä kynnystä museoon tutustumiseen, joka ikävä kyllä on totista totta monen ei-kävijän kohdalla.

Ideoita löytyy keksimällä. Museoympäristöön rakennettu tanssi- tai musiikkiteos toimisi mielenkiintoisena lisänä esimerkiksi näyttelyn avajaisissa; ihmisen näkökulma tilaan muuttuu tilan toimintaperiaatteen mukaan ja avaa ehkä uusia näkökulmia ajatuksiin arkkitehtuurista. Lisäksi useamman aistikokemuksen yhdistäminen hienovaraisesti museotilassa voisi tuoda säväyksen näyttelykokemukseen.



Kulttuurilaitosten yleisötoiminnan eräänlainen tapahtumallistaminen on vahva trendi tällä hetkellä, jossa mukana ovat niin museot, kirjastot kuin teatteritkin. On kuitenkin tärkeää huomioida, ettei usein ole hedelmällistä luoda tapahtumia niiden tekemisen pakosta, vaan olisi kannattavampaa miettiä niiden tuoma lisäarvo itse kulttuurilaitokselle ja pyrkiä organisaation omia arvoja ja pyrkimyksiä tukevaan toimintaan myös tapahtumia järjestäessä.

## 6.2 Yhteistyö tapahtumien ja organisaatioiden kanssa

Jotta museoympäristöön ja -toimintaan saataisiin vaihtelua ja virkistystä, olisi enenevä yhteistyö esimerkiksi eri tapahtumien ja tapahtumanjärjestäjien kanssa suotavaa. Yhteistyö sellaisten perinteisten jyväskyläläisten tapahtumien kanssa kuin esimerkiksi Yläkaupungin Yö, Arktisen Upeeta ja Jyväskylän kesä toisi Alvar Aalto -museolle niin tunnettuutta paikkana ja toimijana kuin myös kävijöitä, myönteistä julkisuutta ja tuloja. Samalla luotaisiin sekä uusia yhteistyökumppanuuksia että asiakassuhteita, kun näiden toimijoiden oma henkilökunta tutustuisi museoon tapahtumakävijöiden lisäksi.

Yhteistyötä eri kumppanien kanssa ei tule väheksyä, sillä se mahdollistaa monipuolisempaa toimintaa ja kanssakäymistä asiakkaiden kanssa yhteistyökumppanien, kuten tapahtumien, tuodessa omia resurssejaan sekä asiakaskuntaansa mukaan kuvioon. Museolla on esimerkiksi ollut vireillä suunnitelmia Keski-Suomen Tanssin keskuksen kanssa, mutta toistaiseksi ne eivät ole päässeet ideatasolta toimintaan. Tanssin päivänä museolla on ollut Tanssin keskukselta esityksiä, mutta varsinaista yhteistyötä toimijat eivät ole keskenään toistaiseksi tehneet. Kuitenkin Tanssin keskus on yksi hyvä esimerkki potentiaalisesta yhteistyökumppanista. Yhteistyötä on myös rakennettu Jyväsjärven rannalla sijaitsevan Hotelli Alban kanssa museo-hotellimajoitus-pakettien myötä, mutta se ei vielä saanut tuulta alleen resurssien kanavoimisen vuoksi. Hotelli Alba on myös erinomainen esimerkki potentiaalisesta yhteistyökumppanista sijaintinsa ja paikallisuutensa vuoksi, ja koska se tarjoaa rungon astetta elämyksellisempään kulttuurikokonaisuuteen.

### 6.3 Virkistystoiminta ja työhyvinvointi

Monen organisaation sisäinen virkistystoiminta on usein niin sanotusti kaavoihin kangistunutta ja helpoimman kautta järjestettyä. Tahot vievät työntekijänsä helposti syömään, teatteriin tai urheilemaan eikä muu kulttuuritoiminta välttämättä käy edes mielessä. Museokierrosta tai työpajaa voidaan joko pitää tylsänä tai sitten ei edes tiedetä mahdollisuudesta tilata museoilta ja muilta vastaavilta kulttuuritoimijoilta palvelukokonaisuutta organisaation virkistyspäivätoiminnaksi.

Museolle rakennetuilla palvelumalleilla olisi kätevää rakentaa myös virkistyspäivien konsepti, joka koostuisi yhteen toimivista palasista. Tilaaja saisi toiveidensa pohjalta rakennetun kokonaisuuden, joka voisi sisältää mitä tahansa museon omista tai museon yhteistyöverkoston tarjoamista palveluista. Tällainen virkistystoiminta sopisi tietyille kohderyhmille erinomaisesti ja olisi vaihtoehtoinen tapa viettää organisaation työhyvinvointipäivää.

Konkreettisesti Alvar Aalto -museolla järjestetty työhyvinvointipalvelu voisi koostua kahdesta pääosasta: a) museon oman palvelupaletin paketista sekä b) museon ulkopuolelta tulevan yhteistyökumppanin toteuttamasta osallistujia aktivoivasta osuudesta. Näin ollen palvelutarjontaan saadaan monipuolisuutta kuitenkin pääpointin pysyessä Alvar Aallossa ja hänen aikaansaannostensa tunnettuuden lisäämisessä sekä kotiseutukulttuurin tukemisessa.

### 6.4 Haastattelusta nousseet sisältöideat

Avoimessa ryhmähaastattelussa työn kehittämistulosten pääkäyttäjien Pia Poskiparran ja Anna Kylmälän kanssa nousi muutamia varteenotettavia ideoita ja yksityiskohtia erilaisen yleisötoiminnan ja -tapahtumien sisältöjen virkistämiseksi pienillä keinoilla. Esimerkiksi itsetehdyt teemaleivokset kunkin näyttelyn ajaksi kahvilaan myyntiin loisivat jatkuvuutta näyttelyn ylitse kahvilaan saakka ja loisivat yhtenäisyyttä museon ja kahvilan välille asiakkaan näkökulmasta ja kiinnostaisivat eritoten lapsiasiakkaita. Jo kerran toteutettu piknik-kori-idea esimerkiksi hyvinvointipäivän yhteyteen taas toisi virkistystä ja kaivattua erikoisuutta rennom-

piin palaverieihin; Muuratsalon Koetalon opaskierrokselle saisi museolta matkaansa piknik-korin, jonka antimet nautittaisiin opaskierroksen jälkeen rantakallilla.

## 7 LOPUKSI

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli nostaa ja alleviivata Alvar Aalto -museon kehittämiskohteita ja antaa niiden ratkaisemiseksi sellaisia kehittämissideoita ja toimenpide-ehdotuksia, joiden pohjalta voi lähteä työstämään kokonaisvaltaista ratkaisua museon palvelutoiminnan kehittämiseksi. Opinnäytetyön pääasialliseksi kehittämisen kohteeksi noussut palvelutoiminnan kehittäminen on ajan-kohtainen työstettävä osa-alue jokaisella kulttuurin toimijalla, eikä museo ole siinä poikkeus.

Lähestyin aihetta ensin alustamalla museon kehittämisen kohteita laajalla skaalalla, mistä tarkensin fokustani kohti museon palveluja sekä museossa tapahtuvaa niin sanottua oheistoimintaa, kuten tapahtumia ja työpajoja. Tilaajan toiveissa oli, että opinnäytetyö tuo heille konkreettisia palvelupakettimalleja, joita voisi soveltaen tarjota asiakkaalle ja ottaa osaksi museon ydintoimintaa. Työn edetessä palvelupaketit jäivät sivummalle ja pääosaan nousivat toimenpidesuosittelut museon palvelupinnan eheyttämiseksi.

Lisäksi otin erääksi näkökulmaksi niin museo- kuin esimerkiksi kirjastotoimijoidenkin varsin uuden aluevaltauksen: tapahtumat, festivaaliyhteistyön ja muun niin sanotun oheistoiminnan, joka useissa herättää kysymyksiä. Missä kohtaa museon tai muun kulttuurilaitoksen perimmäinen toimintaperiaate unohtuu, vai onko kaikki kansaa kulttuurisesti aktivoiva positiivista, vaikka ei esimerkiksi museon teemoja koskisi?

Jotta työssä esitetyt palvelupaketit ja muut toimenpide-ehdotukset asiakkaan näkökulman kautta ajaisivat mahdollisimman hyvin asiaansa ja toimisivat toivotulla tavalla, on museon perustoiminnan oltava kunnossa. Museo toimii ja kukoistaa, mutta jotta sen koko potentiaali vaikuttavana, kansainvälisenä Alvar Aallon arkkitehtuuria ja arvoja edistävänä kulttuuritoimijana pääsee oikeuksiinsa, on myös toimivan kulttuurilaitoksen kuroteltava pois mukavuusalueeltaan ja selvennettävä itselleen, mitä ja missä se haluaa tulevaisuudessa olla. Mitkä ovat tavoitteet ja mitä pitäisi tehdä niiden eteen? Miten päästään siihen pisteeseen, jossa halutaan

olla? Vasta tämän jälkeen aletaan miettimään, mitä voidaan tehdä ja mihin rahkeet riittävät, ja tartutaan työkaluihin näiden tavoitteiden aikaansaamiseksi sopivassa suhteessa.

## LÄHTEET

Alvar Aalto -säätiö 2015. Viitattu 24.3.2015.  
<http://www.alvaraalto.fi/index.htm>

Alvar Aalto -säätiö 2015b. Tiedote ”Ruusupuiston museoalueen kansainvälinen arkkitehtuurikilpailu käynnistyy”. Viitattu 8.10.2015  
<https://aaltopress.wordpress.com/2015/06/29/ruusupuiston-museoalueen-kansainvalinen-arkkitehtuurikilpailu-kaynnistyy/>

Iso-Aho, Jukka & Kinnunen, Joni 2011. Tapahtumatuotannon palapeli. Näkökulmia merkityksiin, muutokseen ja kehittämiseen. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu.

Taivassalo, Eeva-Liisa & Levä, Kimmo 2012. Museokävijä 2011. Viitattu 8.10.2015  
[http://www.museoliitto.fi/doc/projektit\\_ja\\_hankkeet/museokavija\\_2011.pdf](http://www.museoliitto.fi/doc/projektit_ja_hankkeet/museokavija_2011.pdf)

Petterson, Susanna (toim.) 2009. Tulevaisuuden taidemuseo. Helsinki: Valtion taidemuseo.

Ronkainen, Suvi & Pehkonen, Leila & Lindblom-Ylänne, Sari & Paavilainen, Eija 2011. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki: WSOYpro Oy

Tuulaniemi, Juha 2013. Palvelumuotoilu. 2. painos. Helsinki: Talentum Media Oy

Suomen museoliitto 2015. Tiedote ”Yläkaupungin yö ja museoiden yö”. Viitattu 8.10.2015.  
[http://www.museoviikko.fi/museoviikko/listaus.php?nayttely\\_id=12601](http://www.museoviikko.fi/museoviikko/listaus.php?nayttely_id=12601)

## LIITTEET

### Liite 1. Opastuspaketit (Pia Poskiparta)

#### Kävelyllä Pohjolan Firenzessä

Opastettu kävelykierros Alvar Aallon nuoruuden töiden ja orastavan modernismin äärelle. Tutustumiskohteina Aira-talo, Työväentalo ja Valtiontalo sekä Aallon myöhempää, kypsää suunnittelua edustava hallintokortteli (kaupunginteatteri, poliisilaitos, virastotalo). Matkan varrella tarkastellaan myös Aallon italialaisiin ihanteisiin pohjaavia kaupunkihahveita sekä jo kadonnutta Jyväskylää.

Kesto 1,5 h. Max 25 henkeä.

Hinta 160 euroa / ryhmä + alv?

#### Eurooppalaista sivistystä

Kävelykierroksella näemme, miten Alvar Aalto loi perinteisestä Seminaarinmäestä urbaanin kampuksen, jossa antiikin Rooman teemat kohtaavat modernin Amerikan.[Yhdysvallat?]. Kulttuurin ja sivistyksen teemaa jatkavat Ruusuipuiston museot: Keski-Suomen museo sekä arkkitehdin nimikkomuseo Alvar Aalto -museo, jonka näyttelyyn tutustumisen jälkeen kierros päätetään Café Alvarin herkkujen äärelle.

Kesto ? Max 25 henkeä.

Hinta ? euroa / ryhmä + alv

(kampus, k-s museo ulkoa sekä Alvar Aalto -museo + kahvi)

#### Aalto Päijänteen saarilla

Saarikierroksella tutustutaan kahteen Alvar Aallon parhaimpiin kuuluvaan kohteeseen, jotka veivät pienen keskisuomalaisen teollisuuspaikkakunnan pysyvästi arkkitehtuurin maailmankartalle. Säynätsalon kunnantalo on sisäpihan ympärille kiertyvä elegantti pienoiskaupunki, josta punatiilen keskiaikainen jyhkeys, tarkasti suunnitellut kauniit yksityis-

kohdat ja taitava valonkäyttö tekevät kokonaistaideteoksen. Muuratsalon koetalo on Aallon kesäasunto, jossa Aalto saattoi vapaasti kokeilla erilaisten tiilipintojen tehoa ja poikkeuksellisia rakenteita. Päijänteen rantakalliolle rakennettu kodikas asumus edustaa Aallon tuotannossa vapautunutta leikkiä ja iloa.

### OPASTETTU AALTO-KIERROS JYVÄSKYLÄSSÄ

Yliopiston kampusalue on Alvar Aallon punatiilikauden upea kokonaistaideteos. Opas esittelee alueen mielenkiintoista historiaa ja arkkitehtuuria. Yliopistokierroksen jälkeen kuljetaan oppaan johdolla Alvar Aalto -museoon, jossa tutustutaan tarkemmin Aallon elämäntyöhön.

Opastettu kesto 2 tuntia

Lopuksi tarjoamme maittavan lounaan viihtyisässä Café Alvarissa, joka sijaitsee museon alakerrassa.

Hinta: alkaen 15 e / henkilö (sis. alv)

Kielet: suomi, englanti, ruotsi, venäjä

Ryhmän koko: 10-30 henkilöä

Jyväskylän ympäristössä on runsaasti Aallon rakennuksia aina 1920-luvulta 1980-luvulle. Kierrosten sisältöä voidaan muokata jokaisen ryhmän toiveiden mukaisesti. Pyydä tarjous ryhmällesi!