

Kohti kotimaisen korualan elinvoimaistamista



KATSAUS NYKYTILAAN SEKÄ TULEVAISUUDEN
MAHDOLLISUUKSIIN JA HAASTEISIIN



JULES  BERYL

Sisällysluettelo

Tausta.....	3
Johdanto	4-5
Suomen korutoimialan nykytila ja haasteet	6-10
Toimialan ilmapiiri	11-15
Kasvumahdollisuudet	16-23
Tiekartta alan elinvoimaistamiselle	24- 38
Yhteistyötarpeen tunnistaminen	25-31
Toimenpiteet ja tavoitteet	32-38
Johtopäätös	39
Jälkisanat	40-41
Liite: Menetelmät ja tutkimuksen vaiheet	42



**Euroopan unionin
rahoittama**

NextGenerationEU

Julkaisija: Jules & Beryl Oy

Julkaisu: 2/2025

Raportin laatiminen ja kirjoittajat: Sebastian
Schauman ja Oskar Korkman, Alice Labs

Tausta

Tämä raportti on osa Opetus- ja kulttuuriministeriön kautta Euroopan Unionin – NextGenerationEU - rahoittamaa kehityshanketta 'Kotimaisten korujen vallankumous: elinvoimaa yhteistyöstä, digitaalisista mahdollisuuksista ja yhteisestä kasvusuunnasta'. Jules & Berylin vetämä hanke keskittyy kultaseppäkulttuuriin ja arvo- ja jalometallikoruihin.

Hankkeen tavoitteena on edistää korualan tulevia menestysmahdollisuuksia, ja elinvoimaistaa alaa parantamalla kasvun mahdollisuuksia ja toimintaedellytyksiä, erityisesti kehittämällä alan digitalisaatiota ja yhteistyötä. Lisäksi hanke pyrkii luomaan perustan alan toimijoiden paremmalle kilpailukyvyille, keskittyen erityisesti yksinyrittäjien tukemiseen.

Raportissa esitettyjen havaintojen perustana ovat kattava taustatutkimus, asiantuntijahaastattelut sekä kysely yrittäjille ja alan työntekijöille, joiden avulla on kartoitettu alan nykytilaa ja tulevaisuuden tarpeita.

Lisäksi toteutettiin kuluttajakysely Taloustutkimuksen toimesta, jotta ymmärrettäisiin paremmin kuluttajien käyttäytymistä sekä mielikuvia ja asenteita koruja kohtaan. Tutkimusta täydensi Jules & Berylin järjestämä Korualan Kasvufoorumi-työpaja, jossa alan toimijat ja asiantuntijat tunnistivat keskeisiä toimenpiteitä alan kehittämiseksi. Tutkimuksen eri vaiheet toteutettiin keväällä ja kesällä 2024.

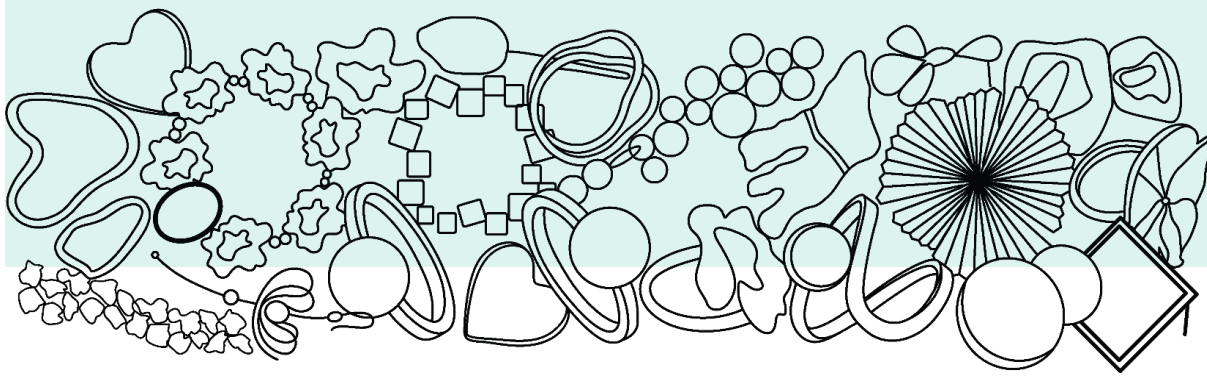
Johdanto

Suomen korualan arvo ja merkitys ovat juurtuneet syvälle maamme kulttuuriin ja käsityöperinteisiin. Suomalaiset korut tunnetaan korkeasta laadustaan ja ainutlaatuisesta muotoilustaan, joka heijastaa kansallista identiteettiämme ja kykyä yhdistää perinteet moderniin estetiikkaan. Vuosikymmenten ajan suomalaiset kultasepät ovat kehittäneet ammattitaitoaan, ja heidän luomuksensa ovat saavuttaneet arvostusta sekä kotimaassa että ulkomailla. Tämä korkea käsityötaito ja sen ylläpitäminen ovat keskeisiä tekijöitä suomalaisen korualan jatkuvuudelle ja kasvulle.

Suomalaisen korualan säilyttäminen ja vahvistaminen on tärkeää paitsi kulttuuriperintömme, myös taloudellisen kestävyyskannalta.

Ala tarjoaa työpaikkoja, edistää paikallista taloutta ja tuo esille suomalaisen muotoilun vahvuuksia. Samalla on kuitenkin selvää, että ala kohtaa merkittäviä haasteita globaalissa kilpailussa.

Monet suomalaiset koruosaaajat kamppailevat pienyritysten rajallisten resurssien ja erityisesti kasvuun tarvittavan osaamisen (esim. brändin rakentaminen, digitaalinen markkinointi ja kansainvälistyminen) puutteen kanssa, mikä rajoittaa heidän mahdollisuuksiaan kasvaa ja tavoittaa uusia asiakkaita. Myös alan pirstaleisuus ja yhteistyön puute hidastavat sen kehitystä ja heikentävät kilpailukykyä kansainvälisillä markkinoilla.



Suomalainen koruala kärsii myös rakenteellisesta arvostuksen puutteesta. Tämä näkyy muun muassa siinä, että alaan kohdistuvat resurssit ovat vähentyneet, erityisesti koulutuksen saralla, jossa esimerkiksi korusuunnittelun koulutusohjelmia on lakkautettu. Koruja ei myöskään täysin tunnisteta omana taidemuotonaan, mikä on heikentänyt sen asemaa suhteessa muihin luovien alojen muotoihin. Näiden tekijöiden vaikutuksesta suomalainen koruala on jäänyt marginaaliin, mikä vaikeuttaa sen kehitystä ja tunnustamista kulttuurisesti arvokkaana alana. Näiden haasteiden voittaminen edellyttää rohkeutta, toimintamallien uudistamista ja vahvempaa yhteistyötä sekä toimialan sisällä että sen ulkopuolella.

Vaikka suomalainen koruala kohtaa monia haasteita, alalla ja Suomessa on myös merkittäviä vahvuuksia.

Suomalaisen kulttuurin arvoja, kuten minimalistisuus, aitous, ajattomuus, tasa-arvo ja luonnonläheisyys, arvostetaan myös kansainvälisesti. Kestävä kehitys ja kiertotalous ovat vahvoja suuntauksia, joita suomalainen koruala voi hyödyntää erityisesti ekologisten ja kierrätettyjen materiaalien käytön kautta. Suomi on myös edelläkävijä digitalisaatiossa ja teknologisissa innovaatioissa, mikä tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia suomalaisen korualan kehittämiseen ja kansainvälistymiseen.

Näiden ja muiden vahvuuksien hyödyntäminen edellyttää kuitenkin siirtymistä kohti uudenlaista ajattelutapaa, jossa korostetaan kasvumahdollisuuksia ja yhteistyötä sen sijaan, että keskityttäisiin kilpailuun ja ulkoisiin haasteisiin.

SUOMEN KORUTOIMIALAN NYKYTILA JA HAASTEET



Vuonna 2023 maailmanlaajuisen korumarkkinan arvo oli arviolta noin 300 miljardia euroa, ja sen odotetaan kasvavan noin 3,5 % vuosivauhtia seuraavan viiden vuoden aikana.¹ Tämän kasvun taustalla on useita trendejä ja ajureita. Digitaalinen murros on muuttanut ostokäyttäytymistä, ja verkkokaupan osuus korumarkkinoista kasvaa jatkuvasti.² Kestävän kehityksen ja eettisen kuluttamisen trendit ovat saaneet yhä suuremman merkityksen, mikä on lisännyt kysyntää vastuullisesti tuotetuille ja jäljitettävillä jalokiville ja metalleille.³

¹ <https://www.statista.com/outlook/cmo/accessories/watches-jewelry/jewelry/worldwide>

² <https://www.statista.com/outlook/cmo/accessories/watches-jewelry/jewelry/worldwide>

³ <https://www.businessoffashion.com/articles/luxury/state-of-fashion-watches-jewellery-industry-report-sustainability-sustainable-fine-jewellery-environment-ethics/>

Ylivoimainen valtaosa alan toimijoista on yksinyrittäjiä.

Vaikka yksityiskohtaisen käsityksen luominen Suomen korualan nykytilasta on hyvin haastavaa tarjolla olevien tilastojen perusteella, on kuitenkin selvää, että Suomen korutoimiala on pysynyt tilastollisesti lähes muuttumattomana viimeiset 15 vuotta. Ei ole merkkejä, että kotimaan bisnes kasvaisi merkittävästi.⁴ Vuonna 2022 Suomessa oli 483 jalokivikoruja ja muita kultaseppätuotteita valmistavaa yritystä.⁵ Näiden yhteenlaskettu liikevaihto oli 64 miljoonaa euroa. Kolmen isomman toimijan osuus jalokivikorujen ja muiden kultaseppätuotteiden valmistuksen liikevaihdosta oli noin 31,5 miljoonaa euroa, eli noin puolet koko alan liikevaihdosta. Näillä isoilla toimijoilla oli yhteensä 166 työntekijää, kun koko alan yhteenlaskettu henkilöstön lukumäärä henkilötyövuosina oli 353. Tämä tarkoittaa, että jäljelle jääville yrityksille jää keskimäärin noin 0,4 henkilötyövuotta yritystä kohden⁶, mikä taas viittaa siihen, että ylivoimainen valtaosa alan toimijoista on yksinyrittäjiä.

⁴ Raportin lainaukset ovat asiantuntijahaastatteluista. Lainaukset ovat anonymisoitu haastateltavien anonymiteetin säilyttämiseksi.

⁵ Vuodesta 2022 alkaen kotitalouksia palvelevien voittoa tavoittelemattomien yhteisöjen tilastoyksiköiden määrä kasvoi, kun tilastoyksiköiden rajauksesta poistettiin toiminta-aikaa ja yhteisöjen kokoa koskeneet rajoitukset. Tämän vuoksi tässä raportissa raportoitu jalokivikoruja ja muita kultaseppätuotteita valmistavien yritysten määrä voi poiketa muista raporteista. Tilastokeskus: <https://stat.fi/muutostiedote/clpv8jyv1c64d0bvvwosvyni0>

⁶ Tilastokeskus: https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__yrti/statfin_yrti_pxt_13vy.px/table/tableViewLayout1/

Suomen koruala koostuu toisin sanoen pääasiassa pienistä yrityksistä ja yksinyrittäjistä. Korualan toimijoille suunnatun kyselytutkimuksen vastaajista noin 64 % toimii alalla **päätoimisesti** ja 34 % **sivutoimisesti**. 84 % vastaajista toimivat **joko täysi- tai osa-aikaisesti yrittäjänä** (73,5 % täysiaikaisesti) ja 16 % toimivat **palkkatyössä toisen palveluksessa**.⁷ Kyselytutkimukseen vastanneista noin 70 % ovat yksinyrittäjiä.⁸ Tilastokeskuksen lukuja tarkastelemalla voidaan päätellä, että tämä luku on todennäköisesti todellisuudessa vieläkin korkeampi.

Yrittäjien tulovirta syntyy pääsääntöisesti **korujen valmistuksesta sekä korujen suunnittelusta ja muotoilusta**.⁹ Lähes 60 % kyselyyn vastanneista yrittäjistä ilmoitti, että heidän yrityksensä liikevaihto oli vuonna 2023 alle 30 000 € ja yli 40 % alle 10 000 €.¹⁰

Korualaan liittyvässä työssäni toimin...



⁷ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Korualaan liittyvässä työssäni toimin palkkatyössä toisen palveluksessa / Yrittäjänä / Pääsääntöisesti yrittäjänä, osa-aikaisesti palkkatyössä alan toisessa yrityksessä / Palkkatyöntekijänä alan yrityksessä, sivutoimisesti alan yrittäjänä."

⁸ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Yrityksesi henkilöstömäärä, yrittäjä(t) ja palkattu henkilöstö yhteensä: 1 / 2 – 5 / 6 – 9 / 10 tai enemmän."

⁹ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Mistä toiminnasta yrityksesi tulovirta syntyy? Valitse 1 – 3 merkittävintä."

¹⁰ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Mikä oli yrityksesi korualaan liittyvä liikevaihto viime vuonna (2023)?"

Suurin osa kyselyyn vastanneista hakee joko voimakasta (20 %) tai maltillista kasvua (58 %).¹¹

Suurimmat esteet kasvulle ovat vastaajien mukaan **yleinen taloustilanne, kustannusten nousu, aikahaasteet ja alan näkyvyyden puute**. Alan näkyvyyden puute näkyy muun muassa siinä, että suomalainen kuluttaja ei usein ole tietoinen korualan monipuolisuudesta ja tarjonnasta. Kuluttajatutkimus osoittaa esimerkiksi, että moni suomalainen kuluttaja uskoo, että Suomessa on vain muutama kotimaisia koruja valmistava toimija.¹² Myös rajalliset mahdollisuudet kerätä ympärilleen tarvittava osaaminen, esim. kuluttajaymmärryksessä, brändin rakentamisessa, erityisesti digitaalisessa markkinoinnissa ja kansainvälistymisessä, hidastavat kasvua.

Miten toivoisit liikevaihtosi kasvavan seuraavan kolmen vuoden aikana?



¹¹ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Miten toivoisit liikevaihtosi kasvavan seuraavan kolmen vuoden aikana?"

¹² Taloustutkimus Oy. (2024). Kuluttajatutkimus koruista: Millaisia mielikuvia kotimaiset korut, jotka valmistettu kullasta, hopeasta, platinasta tai pronssista sinussa herättävät? Merkitse asteikolla sopiva kohta mikä kuvaa parhaiten mielikuvaasi edellä mainituista kotimaisista koruista.

Nykypäivänä menestynyt liiketoiminta ei voi nojautua pelkästään kultasepän käsityön ja muotoilun ydinosaamiseen, vaan vaatii rinnalleen monenlaista osaamista, joka jää perinteisen kultasepän ja muotoilijan työn ulkopuolelle.

Tämä heijastuu myös hyvin selkeästi vastaajien ilmoittamissa osaamistarpeissa yrityksen kasvun tueksi. Varsinkin näkyvyyttä ja kasvua lisäävälle osaamiselle, kuten **markkinointi ja brändäys** (70 %), **verkkoliiketoiminta** (44 %) ja **kansainvälistyminen** (38 %), on tarvetta.¹³ Tällä hetkellä monelle ei jää tarpeeksi aikaa näille asioille, sillä tuotteiden suunnittelu ja valmistus sekä hallinnolliset tehtävät ja asiakaspalvelu vievät suurimman osan ajasta.¹⁴ Aikahaasteiden merkittävyys näkyykin siinä, että 92 % vastaajista kokevat alan ammattitaitoon liittymättömän työn joko

hieman tai todella kuormittavaksi.¹⁵

Näiden haasteiden lisäksi suomalaisen korualan koulutuksen ja osaamisen kehittämisessä on tapahtunut merkittäviä muutoksia, jotka asettavat alalle uusia haasteita. Erityisesti muotoilupainotteisen koulutuksen tarjonta on vähentynyt huomattavasti, ja Lahden Muotoiluinstituutin korusuunnittelun koulutusohjelman lakkauttaminen on tästä huomattavin esimerkki. Nykyisin korumuotoilun koulutusta tarjotaan lähinnä Kuopiossa, jossa se on integroitu laajempaan muotisuunnittelun opetukseen. Jäljellä olevat koulutusohjelmat keskittyvät pitkälti korujen teknisiin osa-alueisiin, ja vaikka nämä käytännönläheiset ohjelmat ovat tärkeitä, ne eivät vastaa täysin alan laajempiin tarpeisiin, kuten näkemykselliseen muotoiluun ja yrittäjyyden koulutukseen.

¹³ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Millaista osaamista kaipaisit itsellesi yrityksesi kasvun tueksi? Valitse 1-3 tärkeintä."

¹⁴ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: Mihin aikasi kuluu tyypillisenä työpäivänä? Kirjoita jokaisen vaihtoehdon kohdalle numeroin prosenttiosuus. Summan tulee olla yhteensä 100%."

¹⁵ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Kuinka kuormittavaa alan ammattitaitoon liittymätön työ, kuten yrityksen liiketoiminnan johtaminen tai markkinointi mielestäsi on?"

Toimialan ilmapiiri

Kuten korualan toimijoille suunnatussa kyselytutkimuksessa ja raporttia varten tehdyistä haastatteluista käy ilmi, Suomen korualan nykytila on monelta osin haastava.

Kyselytutkimuksen vastaajista noin 53 % on sitä mieltä, että alan tulevaisuus on melko negatiivinen.¹⁶ Ala on ollut pitkään stagnaation tilassa, jossa kasvu on ollut hidasta tai olematonta. Tarjolla olevien tilastojen perusteella on haastavaa luoda tarkkaa käsitystä Suomen korumarkkinan kasvusta, mutta Tilastokeskuksen¹⁷ ja Statistan¹⁸ tarjoamia lukuja tarkastelemalla voidaan päätellä, että kasvua ei ole juurikaan ollut viimeisten vuosien aikana.

Vaikka alan yrittäjät todellakin kohtaavat monia haasteita, jotka vaikeuttavat kasvua ja kehitystä, on kuitenkin selvää, että kasvumahdollisuuksia on olemassa. Suurin este näiden mahdollisuuksien hyödyntämiselle on korualalla vallitseva ilmapiiri, jossa usko suomalaiseen korutoimialan potentiaaliin on heikko. Tämä vallitseva ilmapiiri voidaan kiteyttää kolmeen keskeiseen oletukseen, jotka tulivat vahvasti esille haastatteluissa, ja jotka rajoittavat alan kasvua ja kehitystä luomalla käsityksen korumarkkinasta ”annettuna” ja hyvin ”rajattuna”.

¹⁶ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: ”Toimialan tulevaisuus on mielestäni Erittäin positiivinen/Melko positiivinen/Melko negatiivinen/Erittäin negatiivinen.”

¹⁷ Tilastokeskus: https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__yrti/statfin_yrti_pxt_13vy.px/table/tableViewLayout1/

¹⁸ <https://www.statista.com/outlook/cmo/accessories/watches-jewelry/jewelry/finland>



Ensimmäinen oletus on, että Suomessa ei ole kasvun mahdollisuuksia, koska suomalaiset eivät arvosta kultaseppien käsityöllä valmistamia arvokoruja, vaan suosivat lähinnä edullisia, massatuotettuja koruja. Vaikka koruja käytetään ja ostetaan, niiden hankinta on usein rajoittunut halpoihin vaihtoehtoihin. Tämä ajatus on juurtunut syvälle monien mieliin, mikä on luonut mentaliteetin, jossa arvokoruja pidetään luksuksena¹⁹ tai toissijaisena kulutustavarana, johon ei kannata panostaa.

Tämä oletus on kuitenkin harhaanjohtava, sillä se jättää huomiotta suomalaisen kuluttajakunnan monimuotoisuuden ja muuttuvat kulutustottumukset. Varsinkin nuoremmat sukupolvet ovat entistä kiinnostuneempia yksilöllisistä ja laadukkaista tuotteista ja myös luksuksesta¹⁹, joka kertoo heidän omasta tarinastaan ja tyylistään. Luksuskellojen suosio nuorten miesten keskuudessa on hyvä esimerkki tästä.²⁰

¹⁹ <https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2023/global-luxury-market-projected-to-reach-1.5-trillion-in-2023-a-new-record-for-the-sector-as-consumers-look-for-luxury-experiences/>

²⁰ <https://yle.fi/a/74-20013605>

²¹ Raportin lainaukset ovat asiantuntijahaastattelusta. Lainaukset ovat anonymisoitu haastateltavien anonymiteetin säilyttämiseksi.

Toinen oletus on, että Suomen korumarkkinat nähdään rajallisina ja annettuina, jolloin usko kasvuun ja laajentumiseen jää vähäiseksi. Tämä näkemys sisältää myös ajatuksen siitä, että markkinat ovat käytännössä rajoittuneet vain Suomeen, eikä kansainvälistä potentiaalia pidetä realistisena. Tämä rajoittaa myös innovaatioita ja hidastaa alan kehitystä, koska markkinoiden koetaan olevan valmiiksi määritellyjä ilman todellisia laajentumismahdollisuuksia. Koska monet keskittyvät Suomeen ja Suomen markkinat ovat pienet, huomio kiinnittyy usein erittäin kilpailtuun kysyntään, kuten vihkisormuksiin, mikä lisää kilpailua entisestään.

Todellisuudessa markkinat eivät ole annettuja; digitalisaatio, uudet liiketoimintamallit ja kansainvälistyminen tarjoavat kasvumahdollisuuksia, jotka voivat avata monenlaisia uusia polkuja suomalaiselle koruualalle, myös pienille toimijoille.





Kolmas oletus liittyy Suomen korualan yhtenäisyyteen ja yhteistyöhaluun. Kilpailu kotimarkkinalla luo tilanteen, jossa voidaan ajatella, että toisen menestyminen on pois itseltä, joten yhteistyötä ei välttämättä osata aina nähdä mahdollisuutena. Ala nähdään usein myös liian pienenä, jotta yhteinen ponnistus sen elvyttämiseksi olisi mahdollinen tai kannattava. Tämä käsitys on synnyttänyt eripuraa ja eristäytymistä alan sisällä, sillä monet yksityrittäjät näkevät itsensä kilpailijoina eivätkä mahdollisina yhteistyökumppaneina.

Tämän seurauksena eri koulukuntien ja yrittäjäryhmien välille on syntynyt "kuiluja", jotka estävät yhtenäisyyden ja yhteisten toimenpiteiden syntymistä, mikä heikentää alan kykyä hyödyntää potentiaaliaan täysimääräisesti. Kun yrittäjät keskittyvät puolustamaan omaa asemaansa ja näkevät markkinat rajoitettuina, he jäävät usein yksin ilman tukiverkostoa. Tämä hajanaisuus ja kilpailu estävät alan toimijoita yhdistämästä voimansa ja luomasta yhteistä suuntaa toimialalle.

Se, että valtaosa yrittäjistä on yksinyrittäjiä, tekee yhteistyöstä ja yhteisistä ponnistuksista entistä tärkeämpiä.

Vallitseva ilmapiiri rajoittaa toimijoiden uskoa alan tulevaisuuteen, mutta rohkeasti katsomalla alaa ja markkinaa uusin silmin voimme nähdä selkeitä mahdollisuuksia alan elinvoimaistamiselle. Pieni koko ja se, että valtaosa yrittäjistä on yksinyrittäjiä, tekee yhteistyöstä ja yhteisistä ponnistuksista entistä tärkeämpiä.

Yksinyrittäjien päivät täyttyvät usein korujen suunnittelusta ja valmistuksesta, mutta liiketoiminnan menestyminen vaatii paljon muutakin. Kuluttajaymmärrys, markkinointi, näkyvyyden ylläpitäminen sosiaalisessa mediassa ja myynnin edistäminen ovat kaikki olennaisia osa-alueita, joita ei voi sivuuttaa. Ilman riittävää panostusta näihin osaamisalueisiin, yrityksillä ei ole edellytyksiä kasvulle, erityisesti Suomen

rajojen ulkopuolella, ja ne jäävät helposti kansainvälisen kilpailun varjoon.

Vaikka nykytilanne saattaa vaikuttaa haastavalta ja usko suomalaisen korualan tulevaisuuteen on monin paikoin heikko, on kuitenkin olemassa selkeitä kasvumahdollisuuksia. Suomalaisen korualan on uskallettava murtautua perinteisten ajatusmallien ulkopuolelle, laajennettava näkökulmaansa ja tarkasteltava uusia mahdollisuuksia sekä lähestyttävä markkinoita uusilla tavoilla, niin kotimaassa kuin kansainvälisesti. Tämä edellyttää kuitenkin asennemuutosta, jossa kilpailun sijaan painotetaan rohkeutta, tulevaisuudenuskoa sekä yhteisiä toimenpiteitä ja panostuksia alan elinvoimaistamiseksi.

KASVUMAHDOLLISUUDET

Ihmisten kulutuskäyttäytyminen sekä suhde tuotteisiin ja palveluihin ovat jatkuvassa muutoksessa. Ilmastonmuutos, teknologinen kehitys ja kulttuuriset trendit muokkaavat ihmisten asenteita ja vaikuttavat heidän käsitykseensä siitä, mikä on haluttavaa. Nämä tekijät vaikuttavat myös yritysten mahdollisuuksiin vastata muuttuvaan kysyntään. Ymmärtämällä näitä muutoksia voidaan tunnistaa Suomen korualalle tärkeitä kasvumahdollisuuksia.

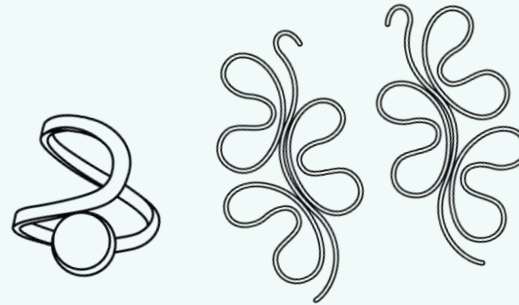


Yhteistyö yli kategorioiden

Nykyään nähdään yhä enemmän yritysten välistä yhteistyötä, joka rikkoo eri kategorioiden välillä olevia rajoja ja yhdistää erilaisten tuotteiden ja brändien piirteitä. Tällainen yhteistyö eri kategorioiden välillä voi avata uusia markkinoita ja luoda synergiaetuja samalla, kun se usein kerää paljon mediahuomiota.

Esimerkiksi korujen yhdistäminen muotiin tai teknologiaan voi luoda uusia tuoteinnovaatioita ja houkutella uusia asiakasryhmiä.

Muodin ja korujen yhdistäminen voi tuoda esiin molempien alojen vahvuuksia. Hyvä esimerkki tästä on Kalevalan ja Marimekon yhteismallisto, Kalevala X Marimekko. Mallisto yhdistää Marimekon kuviosuunnittelua ja veistoksellista korumuotoilua luodakseen suomalaista käsityö- ja muotoiluosaamista juhlistavan malliston.²²



²² https://www.kalevala.fi/blogs/journal/kalevala-x-marimekko?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwr9m3BhDHARIsANut04aEIDI_RyRbsrFRbkuPCoZIRT_CRDepEVB2Y_WUfPIEF6ylohYoiGMaArX1EALw_wcB

Käsityötaidon kasvava arvostus

Käsityötaidon ja perinteisten valmistusmenetelmien arvostus on ollut pitkään kasvussa Suomessa ja ympäri maailmaa. Kuluttajat arvostavat yhä enemmän käsityönä valmistettuja tuotteita, jotka ovat laadukkaita ja ainutlaatuisia, ja 77 % kuluttajatutkimuksen vastaajista arvostavat käsityötä korujen valmistuksessa.²³ Käsityöllä valmistetut tuotteet koetaan myös vastuullisina.²⁴

Varsinkin nopean teknologisen kehityksen ja tekoälyn aikana, käsityötaidon korostaminen tarjoaa yrityksille mahdollisuuden erottua massatuotannosta

ja kilpailla ainutlaatuisuudellaan ja korkealla laadulla.

Viime vuosien pienpanimotrendi on hyvä esimerkki tästä. Käsityöläisöluiden markkinaosuus on kasvanut muutamasta prosentista yli kymmeneen prosenttiin monessa maassa ympäri maailmaa^{25|26|27} ja kasvu on ollut merkittävä myös Suomessa. Käsityöläisöluiden suosio perustuu käsityötuotteisiin yleensäkin liitettyihin ominaisuuksiin, kuten laatu, ainutlaatuisuus, paikallisuus, vastuullisuus, ja aitous.^{28|29} Käsityön merkitystä on kuitenkin jatkuvasti määriteltävä uudelleen, eikä ole poissuljettua, että käsityöläinen käyttää esimerkiksi tekoälyä hyödykseen tulevaisuudessa.

²³ Taloustutkimus Oy. (2024). Kuluttajatutkimus koruista: Miten hyvin seuraavat väittämät sopivat kuvaamaan sinua korukulttuuriin ja trendeihin liittyen?.

²⁴ Wilcox, K., Laporte, S. & Ward, G. (2023). How traditional production shapes perceptions of product quality. Journal of Consumer Research, 51(2), pp. 265 – 275.

²⁵ <https://www.brewersassociation.org/statistics-and-data/national-beer-stats/>

²⁶ <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/europe-craft-beer-market>

²⁷ <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/europe-craft-beer-market>

²⁸ <https://www.forbes.com/sites/rachelking/2024/07/15/craft-beer-is-fueling-148-billion-growth-for-the-global-beer-market/>

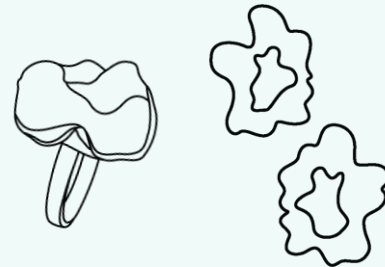
²⁹ <https://www.theguardian.com/focus/2022/sep/04/the-us-artisan-revolution-how-the-simple-life-came-in-from-the-margins>

Uuden arvon luominen käytetyistä ja second hand -koruista

Käytetyn tavarankulutus on kasvanut ympäri maailmaa jo monta vuotta.³⁰ Ilmastomuutos, hintojen nousu ja muuttuvat käsitykset tyylistä ja muodista ovat tehneet käytetystä tavarasta haluttavaa. Myös käytettyjen ja second hand -korujen markkinat kasvavat merkittävästi vauhtia, ja ne tarjoavat uusia liiketoimintamahdollisuuksia.³¹ Kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia kierrätyksestä ja kestävästä valinnasta, ja käytettyjen korujen ostaminen ja myyminen tukee tätä trendiä. Suomalaisten koruyritysten kannattaa tutkia mahdollisuuksia tarjota kierrätettyjä

tai uudelleen muokattuja koruja, jotka vastaavat kestävästi kuluttamisen arvoja.

Yritykset voivat tarjota palveluja, kuten korujen kunnostusta ja muokkausta, mikä lisää niiden arvoa ja pidentää niiden elinkaarta. Käytettyjen korujen markkinat voivat myös houkutella uusia asiakasryhmiä, jotka näkevät itselleen tärkeitä merkityksiä juuri käytetyissä koruissa tai etsivät edullisempia mutta laadukkaita vaihtoehtoja uusille koruille.



³⁰ <https://www.statista.com/statistics/826162/apparel-resale-market-value-worldwide/>

³¹ <https://www.statista.com/statistics/1316071/secondhand-luxury-jewelry-market-revenue/>

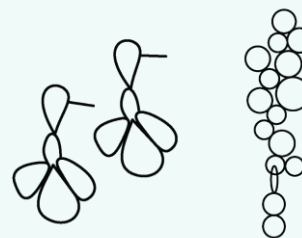
Korujen merkityksen monimuotoistuminen

Ihmisten suhtautuminen kulutukseen ja statukseen on jatkuvassa muutoksessa ja nykykuluttaja on yhä luovempi ja itsevarmempi ilmaisemaan itsensä. Erityisesti nuorempien sukupolvien keskuudessa, itsensä ilmaiseminen muodilla ei nähdä pröystäilynä. Netin kautta leviävät alakulttuurit kannustavat usein rohkeisiin pukeutumistyyliihin ja normien rikkomisen ja uusien rohkeiden tyylien omaksuminen ihaillaan.

Maailmanlaajuisesti 86% Z-sukupolvesta kokee, että itsenäisyys ja kyky ajatella itse ovat äärimmäisen tärkeitä.³²

Bain & Companyn tutkimus osoittaaakin, että luksustuotteiden markkinat ovat jatkaneet globaalia kasvuaan, ja kasvu on täysin Z-sukupolven ja millenniaalien ansiota.

Nuoret ostavat ensimmäiset luksustuotteensa 15-vuotiaana, ja saman trendin odotetaan jatkuvan myös alfa-sukupolven keskuudessa. Markkinoiden arvon ennustetaan nousevan 540–580 miljardiin euroon vuoteen 2030 mennessä, kasvaen 60 prosenttia viime vuodesta.³³



³² EY (2022). How is Gen Z reshaping societal norms across the globe? Gen Z International Research Report. https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_us/topics/consulting/ey-gen-z-international-research-report-june-2022.pdf

³³ <https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2023/global-luxury-market-projected-to-reach-1.5-trillion-in-2023-a-new-record-for-the-sector-as-consumers-seek-luxury-experiences/>

”Niche”-yleisöt ja sosiaalinen media

Sosiaalisen median merkitys kasvaa jatkuvasti yritysten tavoittaessa ja sitouttaessa asiakkaita, erityisesti niche-yleisöjä. 77 % kuluttajista käyttää sosiaalista mediaa löytääkseen inspiraatiota ja ideoita tuotteista ja brändeistä.³⁴ Somessa trendaavien ilmiöiden ymmärtämisen avulla on mahdollista saavuttaa yleisö, joka ei ole maantieteellisesti rajattu.

Esimerkiksi Yhdysvaltalainen En Route Jewelry on onnistunut kohdentamaan nuorempia yleisöjä eloisalla ja trendikkäällä sosiaalisen median toiminnallaan.³⁵ He hyödyntävät värikästä ja luovaa

kuvamateriaalia, joka puhuttelee suoraan millenniaalien ja Z-sukupolven elämäntyylejä ja kiinnostuksen kohteita. En Route luo myös yhteisöllisyyttä järjestämällä interaktiivisia kampanjoita, joissa seuraajat voivat osallistua brändin tarinaan esimerkiksi valitsemalla uusia korumalleja tai jakamalla omia tyyli-ideoitaan. Tämä strategia on auttanut En Routea asemoitumaan alansa suunnannäyttäjäksi ja vahvistamaan sitoutumista ja uskollisuutta niche-yleisöjen keskuudessa.

Vastaava strategia voi tarjota suomalaisille korualan yrittäjille merkittäviä kasvumahdollisuuksia kansainvälisillä markkinoilla.



³⁴ WARC (2021) From discovery to purchase: The role of community commerce.

³⁵ <https://www.scottsocialmarketing.com/blog/1-industry-3-strategies-jewelry-social-media-inspiration>

Uuden teknologian hyödyntäminen

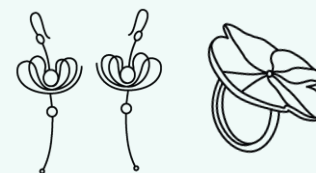
Teknologialla on yhä suurempi merkitys taiteessa, muotoilussa ja kulttuurissa, eikä pelkästään uusien tuotantomenetelmien ja –välineiden kautta. Varsinkin muotiala on jo pitkään ollut läsnä pelimaailmassa, ja monet nuoret saavat ensikosketuksen muotibrändeihin pelien kautta. Peliala onkin nykyään arvokkaampi kuin elokuva- ja musiikkialat yhteensä.³⁶

Uuden teknologian, kuten 3D-tulostuksen, tekoälyn ja virtuaalitodellisuuden, hyödyntäminen voi tuoda merkittäviä etuja koruteollisuudelle. 3D-tulostus mahdollistaa monimutkaisten ja

yksilöllisten korujen valmistuksen kustannustehokkaasti, kun taas tekoäly voi auttaa suunnitteluprosessissa.

Virtuaalitodellisuus voi tarjota asiakkaille mahdollisuuden kokeilla koruja digitaalisesti ennen ostamista, mikä parantaa asiakaskokemusta ja vähentää palautusten määrää.

Suomessa perustettu OURA on edelläkävijä älysormuksien kehittämisessä ja myynnissä. OURA on myynyt yli 2,5 miljoonaa sormusta maailmanlaajuisesti.³⁷



³⁶ <https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2023/11/17/the-gaming-industry-a-behemoth-with-unprecedented-global-reach/>

³⁷ <https://ouraring.com/about-us?srsId=AfmBOooxzmZcH2T-EyWNbsLaKGo2m11kh6vt13P1mDIMfFyRqkl2mhts>

Alustatalous ja uudet yhteistyön muodot

Alustatalous tarjoaa suomalaisille korualan yrityksille mahdollisuuden laajentua ja saavuttaa uusia markkinoita. Esimerkiksi modernit sijoitusalusstat, kuten Republic ja SeedInvest, ovat tuoneet joukkorahoituksen uudelle tasolle, mahdollistaen pienemmillekin yrityksille rahoitusta uusille projekteille ja innovaatioille. Nämä alustat eivät pelkästään tarjoa rahoitusta, vaan ne luovat ympärilleen yhteisöjä, jotka tukevat yrityksiä pitkällä aikavälillä, auttaen kehittämään innovaatioita ja kasvattamaan brändiä.

Yhteistyön muodot alustataloudessa eivät rajoitu pelkästään rahoitukseen. Alustojen,

kuten Etsy, avulla korualan yritykset voivat myydä tuotteitaan kansainvälisille markkinoille ja tavoittaa uusia asiakasryhmiä. Shopify mahdollistaa helpon skaalautuvuuden ja asiakasdatan hyödyntämisen markkinoinnissa, kun taas Etsy tarjoaa suoran yhteyden käsityön ja uniikkien tuotteiden ystäville.

Alustat tukevat myös yhteistyötä muiden yritysten kanssa, jolloin resurssien jakaminen ja kumppanuudet voivat vähentää kustannuksia ja luoda synergiaetuja.



TIEKARTTA ELINVOIMAISTAMISELLE



Ihmisten kulutuskäyttäytymisen muutosten ja kasvumahdollisuuksien syvällisen ymmärryksen lisäksi suomalaisen korualan tulevaisuuden elinvoimaisuuden varmistaminen edellyttää laaja-alaista ja strategista lähestymistapaa, joka ottaa huomioon alan erityispiirteet, haasteet ja mahdollisuudet.

Tiekartan tarkoituksena on tarjota suuntaviivoja, joiden avulla suomalainen koruala voi vastata kohtaamiinsa haasteisiin ja luoda paremmat edellytykset menestykselle sekä kotimaisilla että kansainvälisillä markkinoilla.

Yhteistyötarpeen tunnistaminen

Ensimmäinen askel tiekartassa on, että alan toimijat tunnistavat yhteistyön merkityksen toiminnan kehittämisessä. Yhteistyön tarve korostuu erityisesti yksinyrittäjien keskuudessa, jotka usein kohtaavat haasteita resurssien ja monipuolisen osaamisen suhteen. Alan toimijoille suunnatun kyselyn tulokset tukevat tätä. 98 % kyselyyn vastanneista³⁸ pitää alan sisäisen yhteistyön lisäämistä tärkeänä tai erittäin tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi sekä osoittaa, että toimijoilla on korkea halukkuus toimia yhdessä hankkeiden parissa. Toisaalta kysely osoittaa myös, että halukkuus osallistua taloudellisesti alan kasvun edistämistoimenpiteisiin on vähäistä. On kuitenkin selvää, että erilaisten hankkeiden toteuttaminen ja alan kehittäminen vaativat eri tasoisten toimijoiden panostusta ja sitoutumista.

On näin ollen tärkeää luoda suotuisat lähtökohdat yhteistyölle. Yhteistyömuotojen on oltava realistisia ja sovitettuja osallistujien ajankäyttöön ja resursseihin, jotta ne palvelevat kaikkia osapuolia tehokkaasti. Samalla toimijoiden on oltava valmiita sitoutumaan ja panostamaan näihin yhteistyömuotoihin, jotta erilaiset yhteistyömallit ja yhteiset hankkeet toteutuisivat ja tuottaisivat tulosta.

³⁸ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Mitä toimenpiteitä pidät tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi?"

"Yhteistyö on kyllä avainasemassa. Se on kuitenkin aina ollut vaikeaa, koska yhteisprojekteissa tulee erimielisyyksiä siitä, kuka hyötyy eniten."

Yhteistyön edistämiseksi löytyy monta perustelua:

- Kuten korualan toimijoille suunnatussa kyselyssä ja Tilastokeskuksen tilastoissa käy ilmi, yksinyrittäjyys on normi Suomen korutoimialalla. Yksinyrittäjillä on harvoin riittävästi aikaa, resursseja ja tarpeeksi monipuolista osaamista vastataksaan kaikkiin niihin tarpeisiin, joita menestyvä liiketoiminta nykyään vaatii.
- Yksittäisten yrittäjien ja toimijoiden on erittäin haastavaa lisätä oman yrityksensä ja korutoimialan rajallista näkyvyyttä. Yhteistyön avulla voidaan lisätä näkyvyyttä strategisemmin ja tavalla, josta koko ala hyötyy.
- Kansainvälistyminen vaatii resursseja, joita yksittäisillä yrityksillä ei usein ole.
- Elämme yhä dynaamisemmassa ja nopeatahtisemmassa maailmassa, jossa innovatiivisuus on välttämätöntä kilpailukyvyn säilyttämiseksi. Järjestelmällisempi yhteistyö mahdollistaa uusien ideoiden ja teknologioiden jakamisen ja kehittämisen.

Näiden asioiden lisäksi olemme oppineet, että alan yrittäjät saattavat tuntea itsensä eristyneiksi ja kaipaavat kontakteja, mentorointia ja tukea henkilöiltä, joilla on erilaisia taitoja. Haastattelujen ja kyselytutkimuksen perusteella on selvää, että erilaiset yhteiset hankkeet ovat toivottuja. On myös selvää, että yhteistyömuodot eivät saa vaatia liikaa aikaa tai resursseja yksittäisiltä toimijoilta, jotka jo ennestään kamppailevat rajallisten resurssien ja ajanpuutteen kanssa. Toisaalta alan kehittäminen yhteistyön kautta vaatii väistämättä eri tasojen toimijoiden sitoutumista ja panostusta resursseillaan ja ajallaan.

Haastattelujen ja kyselytutkimuksen perusteella voidaan todeta, että **onnistuneen yhteistyön** pitäisi keskittyä **yksittäisten toimijoiden liiketoiminnan edellytysten parantamiseen** yhteistyömahdollisuuksien sekä yhteisten hankkeiden avulla. Yhteistyön ensisijainen tavoite pitäisi olla **uskon luominen kasvumahdollisuuksiin** ja alan tulevaisuuteen yleisesti.



Foorumit ja toimivat verkostot

Onnistunut ja tuottoisa yhteistyö vaatii ensinnäkin yhteistyömahdollisuuksia. Tämä voidaan saavuttaa **järjestämällä tapahtumia ja luomalla foorumeita sekä verkostoja**, joissa alan yrittäjät voivat kohdata, vaihtaa ajatuksia ja kehittää yhteisiä projekteja.

Erityisen tärkeää on luoda tilaisuuksia, joissa alan sisällä voidaan keskustella uusimmista trendeistä, innovaatioista ja liiketoimintamahdollisuuksista. Tällaisiin tapahtumiin voidaan myös houkutella alan ulkopuolisia asiantuntijoita, jotka voivat tuoda uusia näkökulmia ja ideoita suomalaisen korualan kehittämiseksi. Hyvin rakennetut verkostot tarjoavat myös mahdollisuuden laajempaan yhteistyöhön muiden toimialojen kanssa, mikä voi avata

ovia uusiin kasvumahdollisuuksiin ja innovaatioihin.

Ala on jo ottanut merkittäviä askeleita tähän suuntaan järjestämällä työpajoja ja avoimia keskusteluita alan kehittämiseksi. Tällaisten verkostojen tehokkuus ja toimivuus ovat kuitenkin aina riippuvaisia osallistujien määrästä ja aktiivisuudesta.



Yhteiset projektit ja hankkeet

Yhteistyömahdollisuuksien lisäämisen lisäksi tarvitaan yhteisiä projekteja ja hankkeita, jotka vahvistavat alan edellytyksiä elinvoimaistamisen eri osa-alueilla, kuten näkyvyyden lisäämisessä ja kansainvälistymisessä. Kyselyyn vastanneista 88 % pitävät yhteisiä hankkeita tärkeinä tai erittäin tärkeinä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi.

³⁹

Paras lähtökohta olisi, että alalla vallitsisi ilmapiiri, joka motivoisi eri toimijat – pienyrittäjistä suuriin yrityksiin, yhdistyksiin ja museoihin – osallistumaan erilaisiin hankkeisiin mahdollisimman laajalla rintamalla. **Yhteinen sitoutuminen ja osallistuminen luovat perustan, joka vahvistaa koko alan kilpailukykyä ja**

tukee kasvua. Kun jokainen osapuoli tuo oman panoksensa, hankkeet voivat tuottaa parhaan mahdollisen tuloksen ja luoda hyötyjä kaikille toimijoille.



³⁹ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Mitä toimenpiteitä pidät tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi?"

Resurssien ja tiedon jakaminen



Osaamisen, tiedon ja resurssien jakaminen on olennaista, jotta suomalainen koruala voi hyödyntää täysimääräisesti sen potentiaalia. 91 % kyselyyn vastanneista pitävät alan sisäisen viestinnän kehittämistä tärkeänä tai erittäin tärkeänä alan kehittämiseksi.⁴⁰ Yksinyrittäjät kohtaavat usein samoja haasteita, kuten markkinoinnin, kuluttajaymmärryksen ja kansainvälistymisen kysymyksiä. Jakamalla resursseja ja tietoa näillä alueilla, voidaan luoda paremmat edellytykset yksittäisille toimijoille laajentaa ja monipuolistaa osaamistaan.

⁴⁰ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: "Mitä toimenpiteitä pidät tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi?"

Rahoitusmalli ja koordinoiva toimija

Kuten Kasvufoorumin keskusteluissa kävi ilmi, alan kehittämiseksi tarvitaan jatkuvaa rahoitusta. Ensimmäinen askel yhteisten hankkeiden rahoituksen varmistamisessa on nimetä koordinoiva organisaatio tai henkilö, joka vastaa hankkeiden ja investointien rahoituksen hankinnasta. Tämä toimija voi olla joko olemassa oleva organisaatio tai uusi, erityisesti tätä tarkoitusta varten perustettu, taho.

Tämän toimijan tehtävänä olisi kartoittaa rahoitusmahdollisuuksia ja hakea rahoitusta sekä julkisista että yksityisistä lähteistä, samalla kun se koordinoi varojen jakamista yhteistyöhankkeisiin varmistuen pitkäjärjestyksen ja kestävästä rahoitusmallin.

Toimivan rahoitusmallin kehittämistä vaikeuttaa alalla vallitseva vähäinen

halukkuus osallistua taloudellisella panostuksella alan kasvun edistämistoimenpiteisiin.⁴¹ Toisaalta, 88 % kyselyyn vastanneista pitävät yhteisiä hankkeita tärkeinä tai erittäin tärkeinä alan kehittämisen ja kasvun vauhdittamisen kannalta. Vaikka halukkuus osallistua hankkeiden rahoittamiseen on rajallista, hankkeiden omarahoitusosuus, joka on usein jopa 50 %, vaatii alan eri toimijoiden osallistumista rahoitukseen, jotta hankkeet toteutuisivat.

Rahoituksen varmistamista ja toteuttamista varten tarvittaisiin ainakin alkuun ”talkoohenkeä”, jotta voitaisiin nostaa alan profiilia ja uskottavuutta ulkoisten rahoittajien silmissä ja siten luoda paremmat perusteet alan rahoittamiselle jatkossa.

⁴¹ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: ”Olen halukas osallistumaan taloudellisella panostuksella alan kasvun edistämistoimenpiteisiin.”

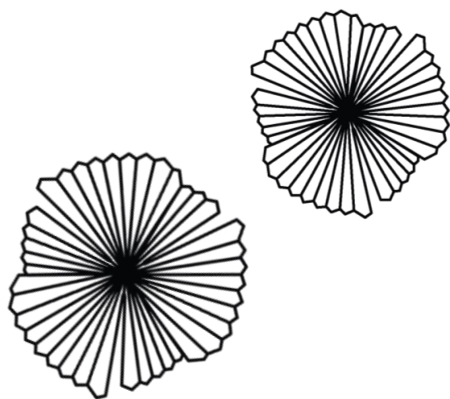
Toimenpiteet ja tavoitteet

Raportissa esitetyt havainnot ja analyysit osoittavat, että alan elinvoimaisuuden lisääminen edellyttää selkeiden tavoitteiden asettamista. Kun tavoitteet ovat selvät, niihin voidaan kohdentaa tarvittavat resurssit ja luoda strategioita, jotka mahdollistavat pitkäjänteisen kasvun ja kehityksen. Raportissa esitettyjen havaintojen perusteella voidaan tunnistaa kuusi alalle keskeistä osa-aluetta tavoitteiden asettamiselle.



Verkostojen rakentaminen

Suomalaisen korualan kasvu ja menestys edellyttävät vahvoja ja monipuolisia verkostoja, jotka yhdistävät alan toimijat sekä paikallisesti että laajemmin eri sidosryhmien kesken. Verkostojen kautta voidaan jakaa tietoa, osaamista ja resursseja, mikä on välttämätöntä alan kehitykselle ja kilpailukyvyille.



- **Alan sisäisten verkostojen vahvistaminen** voi tapahtua esimerkiksi säännöllisten tapaamisten, seminaareiden ja foorumeiden kautta, joissa alan toimijat voivat kohdata ja vaihtaa ajatuksia.
- **Yhteistyötä koulutuskentän, yhdistysten ja rahoittajien kesken** on vahvistettava. Alan kokonaisvaltainen kehitys vaatii vahvoja järjestötoimijoita, jotka kykenevät kommunikoidaan tehokkaasti keskenään.
- **Yhteisprojekteja**, joissa yhdistykset kuten Ornamo ja Kultaseppien Liitto tekevät yhteistyötä, voidaan hyödyntää tarjoamaan tietoa ja tukea alan toimijoille.
- **Digitaalisten verkostojen luominen**, joissa suunnittelijat, valmistajat ja myyjät voivat verkostoitua ja tehdä yhteistyötä. Digitaalinen alusta voisi tarjota tilaisuuksia yhteistyöhön, näkyvyyteen, ja yhteisten markkinointi- ja myyntikampanjoiden luomiseen.

Näkyvyyden lisääminen

Suomalaisen korualan näkyvyyden lisääminen on elintärkeää, erityisesti kotimaassa mutta myös kansainvälisesti. Alan on erottauduttava massatuotetuista ”halpatuotteista” tuomalla esiin suomalaisen korumuotoilun ainutlaatuisuus, laatu sekä vastuullisuus.

Alan vastuullisuuden esiintuominen onkin asia, jota 93 % kyselyn vastaajista⁴² pitivät tärkeänä tai erittäin tärkeänä alan elinvoimaistamiselle. Korutaiteilijoilla ja -muotoilijoilla on tässä erityinen rooli, sillä heidän luomuksensa voivat toimia näkyvyyden ja brändäyksen kulmakivinä. Museot ja galleriat voisivat tässä yhteydessä toimia yhteistyökumppaneina näkyvyyden lisäämisessä.

- **Vuosittainen tapahtuma**, esimerkiksi Korugaala, jossa palkittaisiin korualan merkittävimpiä teoksia ja toimijoita, esimerkiksi Vuoden kultaseppä ja Vuoden koru, auttaisi lisäämään koko alan näkyvyyttä.
- **Rohkeiden ja kiinnostusta herättävien, jopa mielipiteitä jakavien designien kautta** voidaan kiinnittää medioiden ja kuluttajien huomio.
- **Yhteistyö julkisuuden henkilöiden kanssa**, esimerkiksi tunnettujen suomalaisten ja kansainvälisten vaikuttajien kanssa, voisi tuoda esille Suomen korualan vahvuuksia.
- **Alan toimijoille tulisi tarjota mahdollisuuksia hyödyntää digitaalisia alustoja tuotteidensa esittelemiseen ja myymiseen.** Tämä voi auttaa lisäämään näkyvyyttä ja tavoittamaan laajemman asiakaskunnan, myös kansainvälisesti.
- **On tärkeää tuoda eri toimijoiden tarinoita paremmin esille ja lisätä kuluttajien tietoisuutta.** Asiakkaiden kouluttaminen korujen materiaalien, valmistustapojen ja ylläpidon tärkeydestä lisää arvostusta kotimaiselle käsityölle, mikä voi erottaa suomalaiset tuotteet massatuotannosta.

⁴² Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: ”Mitä toimenpiteitä pidät tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi?”

Yhteistyö alan ulkopuolella

Kasvun ja uusien yleisöiden tavoittamiseksi suomalaisen korualan on laajennettava yhteistyötään myös alan ulkopuolelle. 88 % kyselyyn vastanneista pitävät yhteistyön eri toimialojen kesken tärkeänä tai erittäin tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi.⁴³

Tämä tarkoittaa aktiivista vuorovaikutusta muiden toimialojen, kuten teknologia- ja muotialan, kanssa. Laajempi yhteistyö voi myös avata ovia täysin uusille liiketoimintamahdollisuuksille ja auttaa alan toimijoita löytämään uusia kasvupolkuja.

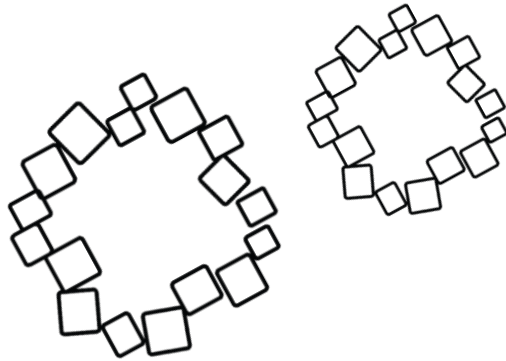
- **Tekemällä yhteistyötä teknologiateollisuuden kanssa** voidaan kehittää uusia käyttöjä koruille ja siten tavoittaa uusia asiakasryhmiä, esimerkiksi integroimalla älykkäitä ominaisuuksia koruihin.
- **Yhteistyö muotialan kanssa** voi tarjota uusia tapoja asemoida korut osaksi muotia ja avata mahdollisuuksia tavoittaa uusia asiakasryhmiä.
- **Korualan tulisi edistää koko muotoilualan edellytyksiä** ja kykyä toimia yhtenäisenä rintamana, jossa yhteiset hankkeet keskittyvät muotoiluun, käsillä tekemiseen ja laatuun, erottautuakseen massatuotetuista ”halpatuotteista”.



⁴³ Kotimaisen korualan barometri - Kyselytutkimus korualan toimijoille: ”Mitä toimenpiteitä pidät tärkeänä alan kehittämiseksi ja kasvun vauhdittamiseksi?”

Kansainvälistyminen

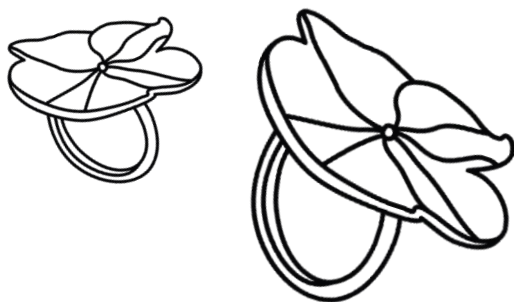
Suomalaisen korualan on tavoitettava kansainvälinen yleisö, jotta se voi säilyttää kilpailukykynsä ja kasvaa. Vaikka Suomestakin löytyy kasvumahdollisuuksia, kansainvälisille markkinoille pääsy on yhä tärkeämpää, sillä myös suomalaiset kuluttajat ovat tottuneet valitsemaan tuotteita globaalista valikoimasta ja kansainväliset brändit ovat yhä enemmän suomalaisen korualan kilpailijoita myös kotimarkkinoilla.



- **Alan toimijoiden brändi- ja some-osaamista** tulisi kehittää kansainvälisten yleisöjen tavoittamiseksi. Tämä voidaan saavuttaa järjestämällä täydennyskoulutusta ja työpajoja, joissa keskitytään erityisesti kansainväliseen markkinointiin ja sosiaalisen median strategioihin.
- **Suomalaisen korualan toimijoiden tulisi tehdä yhteistyötä** lisätäkseen alan näkyvyyttä ulkomailla esimerkiksi osallistumalla yhdessä kansainvälisille messuille, järjestämällä yhteisiä näyttelyitä tai pop-up-tapahtumia ulkomailla.
- **Yhteistyötä tulisi lisätä Pohjoismaiden tasolla** parantaakseen sekä Suomen että Pohjoismaiden kilpailukykyä globaalissa markkinassa.

Markkina- ja kuluttajakeskeisyys

Tässä raportissa korostamme tarvetta ottaa laajempaa perspektiiviä käyttöön ja tarkastella kuluttajien muuttuvia tarpeita ja odotuksia ei pelkästään korumarkkinoilla, vaan myös laajemmin. Tämä tarkoittaa sitä, että on aktiivisesti seurattava sekä kotimaisten että kansainvälisten markkinoiden trendejä ja muutosvoimia ja reagoitava niihin.

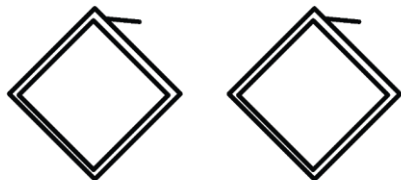


- **Toimijoiden ymmärrystä kotimaisista ja globaaleista kuluttajatrendeistä** tulisi vahvistaa kasvumahdollisuuksien tunnistamiseksi esimerkiksi työpajojen, koulutusten ja alan uutiskirjeiden avulla.
- **Suomalaisen muotoilun merkitystä tulisi rohkeasti uudistaa ja uudelleen määritellä**, jotta se pysyisi relevanttina ja kilpailukykyisenä globaalissa markkinassa. Tämä voidaan saavuttaa järjestämällä alan sisäisiä seminaareja ja keskusteluita, joissa muotoilijat, yrittäjät ja asiantuntijat voivat yhdessä luoda uusia suuntaviivoja ja visioita suomalaiselle muotoilulle. Lisäksi kansainvälinen yhteistyö ulkomaisten suunnittelijoiden ja muotitalojen kanssa voi tuoda uusia näkökulmia.
- **Alan tutkimustoimintaa tulisi parantaa** tukemalla tutkimusprosesseja, esimerkiksi väitöskirjatyön muodossa.
- **Digitaalisen portfoliohakemiston kehittäminen alan toimijoista**, joka yhdistäisi kuluttajat ja tekijät, loisi vankan perustan kuluttajakeskeisimmille toimintatavoille.

Koulutuksen ja moniosaamisen lisääminen

Viime vuosina koulutus ja osaamisen kehittäminen alalla ovat kohdanneet haasteita, ja on tärkeää, että näihin puututaan. Jatkokoulutukset ja uudet osaamisalueet täytyy olla osa kokonaisuutta, jolla varmistetaan alan kilpailukykyä.

Yrittäjien on kehitettävä taitoja, joita perinteisesti ei ole pidetty osana heidän ammattiaan, kuten brändäystä ja sosiaalisen median käyttöä. Tämä voi edellyttää yhteistyötä alan ulkopuolisten ammattilaisten kanssa, jotta yrittäjät voivat hyödyntää asiantuntemusta, jota heiltä itseltään saattaa puuttua.



- **Digitaalisen kaupankäynnin, markkinoinnin ja kansainvälisen liiketoiminnan osaajat** voivat tarjota korualalle uusia näkökulmia ja innovatiivisia ratkaisuja, jotka auttavat alaa laajentumaan kansainvälisesti ja erottumaan kilpailijoistaan.
- **Täydennyskoulutuksen järjestäminen**, jossa jaetaan parhaita käytäntöjä ja uusinta tietoa esimerkiksi markkinoinnista, valokuvaamisesta tai verkkokaupan perustamisesta, voisi auttaa erityisesti pieniä toimijoita monipuolistamaan osaamistaan.
- **Varsinkin juuri aloittaneille toimijoille olisi tärkeää tarjota mentorointia ja vertaistukea** kasvuohjelman ja/tai mentorointiohjelman kautta, esimerkiksi korusarjan ideointiin ja lanseeraukseen.
- **Oppisopimusjärjestelmää tulisi kehittää**, jotta vastavalmistuneet toimijat pääsisivät helpommin alkuun ja vakiintuneiden toimijoiden olisi helpompi laajentua.

Johtopäätös

Suomalaisen korualan menestyksen ja elinvoimaisuuden turvaaminen vaatii selkeää strategista suunnittelua, monipuolista yhteistyötä ja rohkeutta tarttua uusiin mahdollisuuksiin. Tämä raportti on osoittanut, että vaikka ala kohtaa monia haasteita, kuten pirstaleisuutta, rajallisia resursseja ja kansainvälisen kilpailun koventumista, suomalaisella korualalla on myös merkittäviä vahvuuksia ja potentiaalia. Näiden vahvuuksien, kuten suomalaisen muotoilun arvostuksen, korkean käsityötaidon ja kestävän kehityksen periaatteiden hyödyntäminen, on avainasemassa alan tulevaisuuden menestyksen rakentamisessa.

Raportissa esitetyt toimenpiteet ja tavoitteet tarjoavat suuntaviivoja, joiden avulla ala voi navigoida kohti kasvua ja kehitystä.

Yhteistyön lisääminen niin alan sisällä kuin ulkopuolisten tahojen kanssa on ratkaisevaa, jotta suomalainen koruala voi vastata markkinoiden muutoksiin ja säilyttää kilpailukykynsä. Alan toimijoiden on tärkeää sitoutua pitkäjänteiseen kehitystyöhön, joka keskittyy alan näkyvyyden ja moniosaamisen lisäämiseen, innovaatioiden edistämiseen, sekä kansainvälisyyden ja kuluttajalähtöisyyden vahvistamiseen. Näin voidaan luoda kestävä pohja, joka mahdollistaa suomalaisen korualan kukoistamisen tulevaisuudessa sekä kotimaassa että kansainvälisesti.

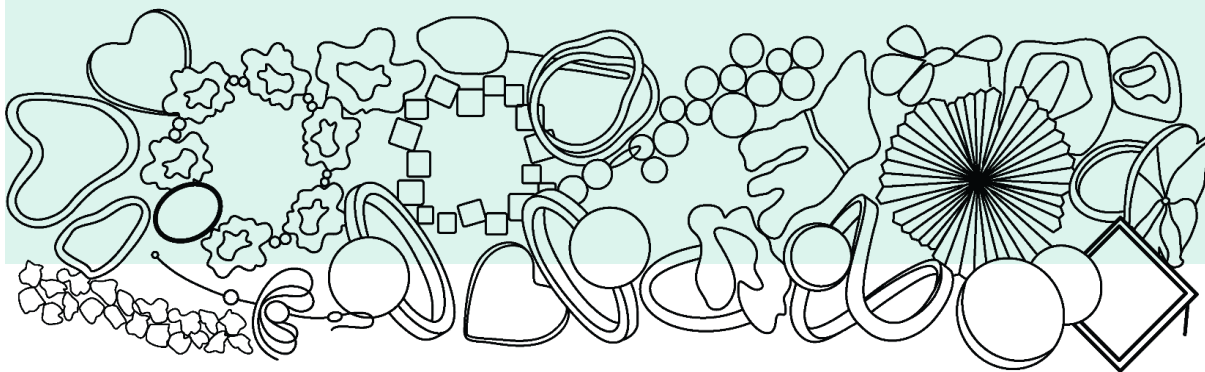
Jälkisanat

Suomalainen korumuotoilu ja kultasepän ala on täynnä potentiaalia, mutta emme voi odottaa, että joku muu rakentaa menestyksen puolestamme. Meillä on kaikki edellytykset kasvuun ja menestykseen, mutta jotain vielä puuttuu: yhdessä muodostettu tahtotila.

Tämä raportti on tehnyt selväksi, että alan kehittyminen ei tapahdu itsestään, vaan se vaatii jokaisen alan toimijan aktiivista osallistumista, rohkeutta ja panosta. Pelkkä into tai intohimo ei riitä: kehitystä ja kasvua ei tapahdu ilman konkreettisia tekoja ja investointeja. Tarvitaan strategista ajattelua, taloudellisia satsauksia ja ennen kaikkea yhteistyötä. Yhteistyön ensimmäiset askeleet ovat yhteenkokoontumiset ja innostavan ilmapiirin luominen yhteisöllisyydelle.

Korumuotoilun ja kultaseppäalan kasvua ei voida rakentaa pelkästään yksittäisten toimijoiden ponnistusten varaan. Jokaisen meistä tulee kantaa vastuu suomalaisen korun tulevaisuudesta: yksinyrittäjien, teollisempien valmistajien ja oppilaitosten sekä alan muiden toimijoiden ja järjestöjen. Tarvitsemme laaja-alaista ja systemaattista yhteistyötä, joka yhdistää koko toimialan voimavarat. On irtauduttava vanhasta ajattelusta, jossa jokainen keskittyy omaan toimintaansa ja nähtävä, että vain yhdessä voimme saavuttaa jotain todella merkittävää. Yhteinen kukoistus kasvattaa olennaisesti myös yksittäisten toimijoiden menestymisen mahdollisuuksia.

Rahoittajien, päättäjien ja alan toimijoiden on yhdessä rakennettava pysyviä rakenteita, jotka mahdollistavat alan kehittymisen ja pitkäjänteisen kehitystyön. Tämä ei tarkoita vain lyhytaikaisten projektien rahoittamista, vaan sitoutumista strategiseen kehittämiseen, joka kantaa hedelmää vuosien päähän. Rohkeat ja pitkäjänteiset investoinnit sekä myös yhteistyön laajentaminen alan ulkopuolisten verkostojen kanssa, ovat välttämättömiä, jos haluamme, että suomalainen koruala ei vain selviydy, vaan kukoistaa. On uskallettava kurkottaa tavoitteisiin, joita emme vielä näe.



Ilman yhteistyötä, panostuksia ja yhteistä tahtotilaa emme voi odottaa muutosta. Muutos on mahdollista vain, jos jokainen meistä – alan toimijat, rahoittajat ja päättäjät – sitoutuu tekemään osansa ja rakentamaan yhdessä tulevaisuuden, jossa suomalainen koruala nousee sille kuuluvaan asemaan osana muotoilun kansallisylpeyksiämme.

Nyt on aika yhdistää voimamme, tarttua toimeen ja luoda yhdessä uusi suunta suomalaiselle korualalle. Loppujen lopuksi, menestys ei ole sattumaa – se on päämäärätietoista työtä ja yhteisten ponnistusten tulos. Yksin voimme menestyä hetkellisesti, mutta yhdessä voimme rakentaa kestäväen tulevaisuuden, joka hyödyttää meitä kaikkia. Lähdetään siis yhdessä luomaan suomalaisten korujen ansaitsema tulevaisuus, jossa alamme on arvostettu, vastuullinen ja menestyvä osa kulttuuriperintöämme sekä luovaa talouttamme.

Johanna Lundán

***Hankejohtaja, Kotimaisten korujen vallankumous:
elinvoimaa yhteistyöstä, digitaalisista
mahdollisuuksista ja yhteisestä kasvusuunnasta***

CEO & Founder, Jules & Beryl Oy



Liite: Menetelmät ja tutkimuksen vaiheet

Tämä raportti pohjautuu useisiin erilaisiin toimenpiteisiin ja tutkimusaktiviteetteihin, jotka toteutettiin kevään ja kesän 2024 aikana. Työn tarkoituksena oli luoda kattava ymmärrys suomalaisen korualan keskeisistä haasteista ja mahdollisuuksista sekä tunnistaa tarvittavat toimenpiteet alan elinvoimaisuuden lisäämiseksi.

Raportin perustana on laaja taustatutkimus, jossa analysoitiin julkisia lähteitä sekä alaan liittyviä tutkimuksia ja julkaisuja. Tämä analyysi tarjosi yleiskuvan niistä keskeisistä tekijöistä, jotka vaikuttavat suomalaisen korualan kehitykseen nyt ja tulevaisuudessa.

Lisäksi haastateltiin 13 alan toimijoita ja viisi alan asiantuntijoita, jotka jakoivat omia näkemyksiään suomalaisen korualan kasvun esteistä ja kehityksen haasteista. Haastattelut toivat esiin monipuolisia näkökulmia, jotka syvensivät raportin analyysiä ja auttoivat tunnistamaan kriittisiä toimenpiteitä alan elinvoimaisuuden lisäämiseksi.

Tutkimusta täydensi myös Jules & Berylin järjestämä Kasvufoorumi työpaja, joka pidettiin 18. toukokuuta 2024. Työpajassa tunnistettiin keskeisiä toimenpiteitä, joilla voitaisiin ylittää alan haasteet. Työpajaan osallistui korualan toimijoita ja asiantuntijoita, jotka toivat esiin näkemyksensä alan tulevaisuuden kehitystarpeista.

Kesäkuussa 2024 lähetettiin kysely suomalaisille korualan toimijoille, jolla pyrittiin vahvistamaan tunnistettujen toimenpiteiden tärkeyttä ja prioriteettia. Kyselyyn vastasi 83 alan toimijaa.

Tutkimuksen laajuutta täydentää Taloustutkimuksen huhtikuussa 2024 toteuttama kuluttajakysely, jonka avulla on pyritty ymmärtämään paremmin kuluttajien käyttäytymistä, toiveita ja odotuksia koruja kohtaan.

JULES & BERYL

WE MAKE FINNISH JEWELS SPEAK LOUDER

Kotimaiset korut ansaitsevat saada äänensä kuulluksi, korujen tekijät työnsä näkyväksi ja korujen ystävät omaa persoonaansa kuvastavia koruja ostettavakseen. Työmme yhteiskunnallinen merkitys kiteytyy kotimaisen osaamisen säilyttämiseen, työllisyyden turvaamiseen erityisesti ammattikunnan pientoimijoille ja tietoisuuden lisäämiseen siitä, että suomalaiset korut ovat vastuullinen ja kestävä hankinta, joka ylläpitää myös omaa kulttuuriperintöämme.

JULESANDBERYL.FI

