

Mia Färlin

MUISTOJA MERELTÄ

Tuoteperheen suunnitteluprosessi

Opinnäytetyö
Viestintä

Huhtikuu 2016

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Mia Färlin	Medianomi	Huhtikuu 2016
Opinnäytetyön nimi		43 sivua
Muistoja mereltä Tuoteperheen suunnitteluprosessi		1 liitesivu
Toimeksiantaja		
Tamburiini, Mia O Galleria		
Ohjaaja		
Lehtori Teuvo Liikkanen		
Tiivistelmä		
<p>Opinnäytetyö käsittelee meriaiheisen tuoteperheen suunnittelua graafisen suunnittelun näkökulmasta. Tuoteperheen on tarkoitus soveltua matkamuistoksi sekä yleisesti sisustustuotteeksi. Tavoitteena oli löytää tarkoituksenmukaiset materiaalit sekä kuvitus- ja valmistusmenetelmät tuotteiden valmistukseen. Tuotteita varten teetetään kangasta omalla kuosilla. Tavoitteena oli myös tehdä kuvaussuunnitelma syntyneelle tuoteperheelle.</p> <p>Työ koostuu tiedonhankinnasta, suunnitteluprosessista ja tulosten esittelystä. Kirjallinen osio alkaa taustojen, toimeksiannon ja sen antajien esittelyllä. Sen jälkeen selvitetään suunniteltavien tuotteiden kohderyhmää ja sen ostokäyttäytymistä ja kartoitetaan mitä tietoa on saatavissa matkamuistoalaa koskien.</p> <p>Tutkimuksessa vertaillaan tekstiilituotteiden painomenetelmiä ja niiden soveltuvuutta projektiin kuvitustekniikan ja kustannustehokkuuden näkökulmasta. Lisäksi kartoitetaan yleistä matkamuisto- ja sisustustuotetarjontaa tämän päivän kotimaisilla markkinoilla.</p> <p>Tiedonkeruu perustuu aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen, lehtiartikkeleihin, aikaisemmin tehtyihin tutkimuksiin ja opinnäytetöihin, omiin havaintoihin sekä luotettaviin internet-lähteisiin. Keskeisiä lähteitä ovat Kotkan kulttuuriasiainkeskuksen teettämä Kotkan Meripäivien kävijäkysely 2015 ja Visit Finlandin Suomen matkailua kartoittavat tutkimukset. Arvokasta tietoa kohderyhmästä on antanut myös Heidi Tohmon opinnäytetyönä tehty Asiakastytyväisyystutkimus Kotka Maretarium Oy:n Meripuodille.</p> <p>Produktion esittely kuvaa työprosessia luonnosteluvaiheesta valmiiseen tuoteperheeseen asti ja sisältää tehtyjen valintojen perustelua graafisen suunnittelun kannalta. Tuloksena syntyi viisikymmentä metriä digitaalisesti tulostettua kangasta, useita erilaisia tekstiilituotteita, puisia postikortteja ja kuvaussuunnitelma markkinointimateriaalia varten tuoteperheelle.</p>		
Asiasanat		
matkamuistot, painomenetelmät, tuoteperhe, sisustustekstiilit, seinätekstiilit		

Author (authors)	Degree	Time
Mia Färlin	Bachelor of Media Communication	April 2016
Thesis Title		43 pages
Memories from the Sea		1 page of appendix
The designing process of the product family		
Commissioned by		
Tamburiini, Mia O Galleria		
Supervisor		
Teuvo Liikkanen, Senior Lecturer		
Abstract		
<p>The subject of this thesis was a marine product family design from the aspect of graphic design. The objective of the research was to design new products which responds to the demand of travel souvenirs and could be used generally as decoration products. The purpose was to find suitable materials, practical illustration and production methods as well. The aim was to produce own textile for the products and design marketing material for the new product family.</p> <p>The thesis contained gathering information, design process and introduction of the results. At first, the concept of assignment and the client was introduced. Then it was clarified whom the products are designed for and the buying behaviour of the customers. The objective was also to find out the kind of information exploited from the travel souvenir business.</p> <p>The research part compared the textile printing methods and searched the applicable manufacturing process for this project from the aspect of illustration technics and cost-effective thinking. In addition, the project examines the overall set of competitors supply in the domestic market of travel souvenirs and furnishing fabrics.</p> <p>The result of the designing process digitally printed textile and several different textile products, wooden postcards and marketing material for the new product family.</p>		
Keywords		
travel souvenirs, printing methods, product family, furnishing fabrics, tapestries		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
1.1	Toimeksianto ja työn tarkoitus	7
1.2	Viitekehys	8
1.3	Tutkimuskysymykset.....	9
1.4	Tutkimusmenetelmät	9
2	MATKAMUISTO	10
3	KOHDERYHMÄ.....	12
4	PAINOMENETELMÄ JA MATERIAALI.....	13
4.1	Silkkipaino	14
4.2	Digitaalinen tulostus.....	14
4.3	Kangas	16
5	GRAAFINEN SUUNNITTELU.....	16
6	TYÖPROSESSI.....	17
6.1	Rakennuskuva-tyynyt	17
6.2	Meriaiheiset kangastuotteet	20
6.3	Luonnostelu	21
6.4	Mallikappaleet.....	23
6.5	Tilauksen valmistelu	25
7	PRODUKTION ESITTELY	27
7.1.1	Teksti kuvituksena.....	29
7.1.2	Valokuvat	31
7.1.3	Puukortit.....	32
8	MARKKINOINTI.....	34
9	POHDINTA.....	37
	LÄHTEET.....	41

1 JOHDANTO

Perustin opintojeni aikana oman sisustustuotteita verkkokaupassa myyvän yrityksen, Mia O Gallerian. Valikoimassani on tauluja ja julisteita, erikoisuutena puulle maalatut taulut. Kotkalaisena yrittäjänä olen kiinnostunut myös matkailun hyödyntämisestä, erityisesti Kotkan Meripäivien tuomista matkailijoista.

Suuria sisustustauluja on vaikea myydä verkkokaupasta asiakkaan pääsemättä näkemään niitä todellisuudessa. Tästä syystä tarjosin ja sain niitä myytäväksi kotkalaiseen kivijalkamyymälään Tamburiiniin. Kuultuaan graafisen suunnittelun opinnoistani yrityksen omistaja, Tiina Koskenniemi, kertoi toiveestaan saada Kotka-aiheisia tuotteita myymäläänsä. Mietimme yhteistä aiheita opinnäytetyöprojektiani varten. Tästä sai alkunsa yhteistyöni Tamburiinin kanssa.

Olen kiinnostunut hakemaan uusia muotoja taiteen käyttämiselle sisustamisessa perinteisten maalausten ja julisteiden rinnalle. Valokuvien käyttö on yleistynyt tekstiileissä ja uusi tekniikka antaa siihen lähes rajattomat mahdollisuudet. Kotien sisustaminen on myös muuttunut ja esimerkiksi julisteet korvaavat monesti perinteisiä kehystettyjä öljyvärimaalauksia.

Artikkeli *Interior dialog* kertoo Yhdysvaltain Baltimoressa asuvasta suunnittelijasta, Sarah Templinistä, joka on perustanut yksilöllisiä kankaita käsin painavan yrityksen nimeltä Radica Textiles. Artikkelissa Ellen Lupton, New Yorkin kansallisen muotoilun museon Cooper-Hewittin nykyaikaisen muotoilun osaston kuraattori, kertoo näkevänsä kodin tekstiilit kuin seinillä olevat maalaukset. (Evitts Dickinson 2013, 62 – 67.)

Sarah Templinin suunnittelemat kangaspaneelit (kuva 1) ja niiden ripustustekniikka tuovat mieleen purjeveneiden purjeet ja ovat olleet inspiraationlähteenä meriaiheisten seinälle ripustettavien kankaitteni suunnittelulle.



Kuva 1. Sarah Templinin suunnittelemat kangaspaneelit. Union Mill Installation - RADICA TEXTILES 2016.

Ulkomaisissa verkkokaupoissa näkee uudenlaisen sisustustrendin, seinille ripustetut suuret printatut kankaat (Urban Outfitters 2016). Seinätekstiileistä käytetään ulkomaisissa sisustustuotteiden verkkokaupoissa termiä "tapestry". Suomalainen sanasto- ja ontologiapalvelu Finto tuntee englanninkielisen termin "tapestries", jota vastaa suomen kielen sana "kuvakudokset". Kuvakudokset termin yläkäsite on "taidetekstiilit" ja assosiatiivinen käsite on "seinätekstiili", jota käytän tässä opinnäytetyössä tarkoittaessani seinälle ripustettavaa isokokoista printattua kangasta (Finto 2016).

Yhteistyöyritys Tamburiinini tärkein tavoite oli saada näyteikkunaansa Kotkan kaupungintaloa ja Haukkavuoren vesitornia esittävät koristetyyny. Lisäksi asiakas toivoi kasseja, pipoja ja postikortteja. Kotka-aiheisia tuotteita kysytään säännöllisesti ja Kotkan Meripäivien tuomat matkailijat lisäävät kysyntää.

Tamburiinin toiveiden lisäksi halusin suunnitella ja toteuttaa laajemmalle kohderyhmälle suunnitellun tuoteperheen omalle yritykselleni, jossa hyödynnän hankkimaani tietoa uusien materiaalien, puun ja kankaan, käytöstä kuvituksen pohjana. Halusin luoda raikkaan ja erottuvan matkamuiستosarjan, jonka osat toimivat myös yleisesti sisustustuotteina. Tuoteperheellä tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä samaan tarkoitukseen suunniteltuja, keskenään visuaalisesti yhteensopivia tuotteita.

Yhteinen kangastilaus mahdollistaa tuotteelle huomattavasti edullisemman hinnan. Tamburiinilla on hyvä käsitys kysynnästä ja selkeä kuva tuotteesta, jolle olisi kysyntää. Suunnitteluprosessi on mielenkiintoisempi ja hedelmällisempi, kun sen tehdään yhdessä.

Varsinaisten tuotteiden ohella tein omalle tuoteperheelleni kuvaussuunnitelman myöhemmin toteutettavaan markkinointimateriaaliin. Kangastilauksen viivästymisen takia jouduin rakentamaan tuotekuvat kuvankäsittelyohjelmalla. Kuvia varten kuvasin todellisen kokoisia valkoisia kankaita ja liitin niihin tietokoneella tuotteisiin printattavia kuvia. Käytin osittain myös kuvapankin kuvia luodakseni havainnollistavan ympäristön siitä, miltä tuotteet tulisivat näyttämään esille laitettuna. Tämä toimii samalla kuvaussuunnitelmana, kun tuotteet ovat valmiit.

Produktion esittely käsittelee luonnostelua, valintojen perustelua, tuotteiden testaamista prototyyppien avulla ja aineiston painokuntoon valmistelua. Lopuksi esitellään valmiit tuotteet ja pohditaan projektin tuloksia ja tavoitteisiin pääsyä.

1.1 Toimeksianto ja työn tarkoitus

Toimeksiantajana opinnäytetyölle oli oman yritykseni Mia O Gallerian lisäksi vuonna 2012 perustettu yritys Tamburiini, joka on omaleimainen sisustus- ja vanhantavaran kauppa näkyvällä paikalla Kotkan keskustassa. Tamburiini toimii myös osto- ja myyntiliikkeenä keskittyen 70-lukuun ja sitä vanhempiin tuotteisiin. Valikoimista löytyy lasia, posliinia, huonekaluja, leluja, valaisimia sekä vanhaa pientavaraa.

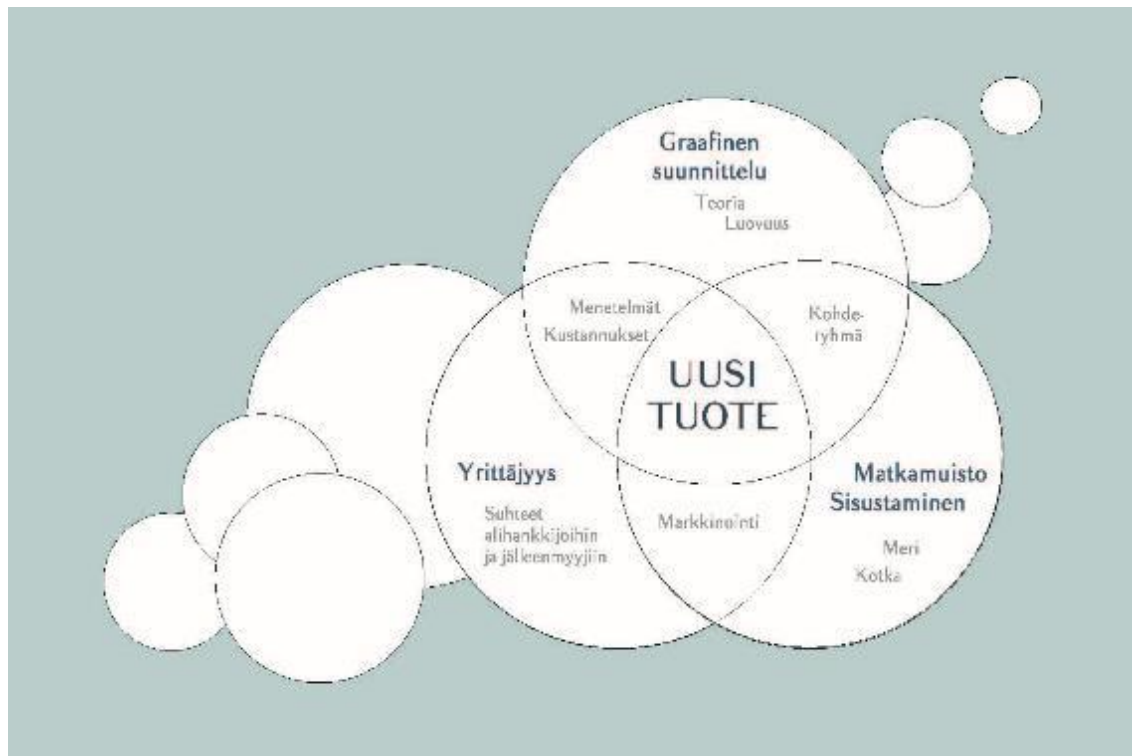
Tamburiini halusi Kotka-aiheisia tuotteita, jollaisia jatkuvasti kysytään myymälässä. Ideoinnin alkuvaiheessa toiveissa oli tyynyjä, kasseja, pipoja ja postikortteja. Ensisijaiseksi toiveeksi nousivat kuitenkin kotkalaisia rakennuksia esittävät tyynyt. Tamburiini halusi, että toteuttaisin tyynyt valmiiksi tuotteeksi asti. Tekstiilisuunnittelu jo puuvillatuotteiden osalta vaati syvempää perehtymistä ja päätimme rajata aiheen ulkopuolelle pipot ja kassit. Käytettävä budjetti Tamburiinilla oli 500-600 euroa.

Painomenetelmän valikoituessa digipainoksi, päätimme lopulta tehdä yhteisen kangastilauksen, sillä kangasta olisi kannattava tilata suurempi määrä kerralla. Uniikin kangasprintin teettäminen oli ollut omankin yritykseni puolelta haa-veissa, joten päätin suunnitella sarjan meriaiheisia tekstiilejä.

Perehtyessäni uusiin materiaaleihin ja painomenetelmiin, syvennän omaa am-
mattitaitoani graafisena suunnittelijana.

1.2 Viitekehys

Tässä opinnäytetyössä yhdistyy oman aloittelevan yritykseni sekä yhteistyöyri-
tyksen tarve uusille tuotteille. Olemme kiinnostuneita sisustustuotteista ja
meillä molemmilla on tarve hyödyntää matkailijoiden ostovoimaa. Projektin vii-
tekehksen keskiössä on uusien tuotteiden kehittäminen (kuva 2).



Kuva 2. Viitekehys opinnäytetyölle.

Viitekehyksessä uuden tuotteen kehittämiseen liittyy tuotteiden taloudellinen
toteuttaminen yrittäjyyden näkökulmasta sekä niiden soveltuvuus matkamuis-
toksi sekä laajempaan ympäristöön. Yrittäjyyden kannalta on myös tärkeää et-
siä kumppaneita ja tutustua valmistajiin.

Meripäivät vetävät Kotkaan paljon turisteja, jotka ovat kiinnostuneita Kotka-aiheisista ja merellisistä tuotteista. Kotkalaisena ja lapsesta asti merellä liikkuneena oli luontevaa ottaa suunnittelun lähtökohdaksi meri. Vaikka halusin hyödyntää rannikkomatkailun kapasiteettia, halusin myös mahdollisimman laajan kohderyhmän tuotteilleni, jottei kysyntä rajoittuisi pelkästään kesäaikaan. Tuotteiden tulisi toimia myös sisustuselementteinä ilman matkamuiston asemaa ja niitä pitäisi olla luonteva myydä verkkokaupassani.

Tuoteperheen suunnittelussa olen huomionnut graafisen suunnittelun oppeja, mutta myös omaa vaistoani hyvästä tyylistä. Päämääränä on ollut suunnitella kohderyhmää houkuttelevia tuotteita, joita olisi helppo myydä rannikkoalueiden matkailukohteissa. Olen myös halunnut luoda jotakin uutta pölyttyneiden perinteisten matkamuistojen tilalle.

1.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksenä oli: Miten suunnitella yhtenäinen ja tyylikäs tuoteperhe graafisen suunnittelun näkökulmasta kohderyhmä huomioden?

Alakysymyksenä oli löytää sopivat materiaalit ja valistusmenetelmät tuotteille.

1.4 Tutkimusmenetelmät

Tämä opinnäytetyö on tuotekehitysprojekti, jossa on kartoitettu matkamuistotarjontaa, matkamuistoksi soveltuvan esineen ominaisuuksia ja sitä, minkälaiselle tuotteelle olisi tilaa markkinoilla. Olen myös kartoittanut tuotteille sopivia painomenetelmiä.

Hankittua tietoa vertailemalla on tehty johtopäätöksiä, jotka ovat toimineet suunnittelun ja tuotantomenetelmien valinnan pohjana.

Olen pitänyt opinnäyteprosessin aikana päiväkirjaa, johon olen kirjannut muistiin esiin tulleita kysymyksiä ja ideoita. Työn edetessä ja aiheen sisäistämisen myötä on ollut hyödyllistä palata muistiinpanoissa taaksepäin alkuvaiheen kysymyksiin. Uuden tietämyksen valossa voivat keskeneräiset ideat lähteä kehittymään pidemmälle.

Koska itselläni on kokemuspohjaa kotkalaisuudesta ja rannikkokaupunkilaisen sielunmaisemasta, kykenin peilaamaan omia kokemuksiani kohderyhmän ajatusmaailmaan ja käyttämään näin hiljaista tietoa tuotteiden suunnittelussa. Matkamuiستotarjontaan ja ajankohtaisiin sisustustrendeihin olen tutustunut myös itse havainnoimalla internetin ja sisustuslehtien kautta sekä vierailemalla matkamuiستomyymälöissä.

Graafisen suunnittelun teoriaa koskevat lähteet ovat pääosin kirjallisia. Ajankohtaista tietoa olen kerännyt lehtiartikkeleista, internet-lähteistä ja aikaisemmista aiheeseen liittyvistä opinnäytetöistä. Arvokasta tietoa kohderyhmästä on antanut Heidi Tohmon opinnäytetyönä tehty Asiakastytyväisyystutkimus Kotka Maretarium Oy:n Meripuodille.

Keskeisiä lähteitä ovat myös Kotkan kulttuuriasiainkeskuksen teettämä Kotkan Meripäivien kävijäkysely 2015 ja Visit Finlandin Suomen matkailua kartoittavat tutkimukset.

Visit Finland vastaa valtakunnallisena matkailualan asiantuntijana ja aktiivisena toimijana ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämisestä. Visit Finland tukee omilla tutkimuksillaan ja osaamisellaan alan yrityksiä ja yrittäjäryhmiä matkailupalvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa (Visit Finland 2016d).

Ideoinnissa ja tiedonkeruussa olen käyttänyt apuna Pinterestiä. Pinterest on internetissä toimiva linkkien ja kuvien jakopalvelu, jonka avulla voi luoda omia kokoelmia eri aihepiireistä. Pinterestissä voi hakea kuvia aiheittain ja sieltä on helpompi löytää laadukkaita ja kiinnostavia kuvia kuin eri hakukoneiden kautta. Moodboardien avulla keräsin ideoita ja hahmottelin tulevien tuotteiden tyyliä.

2 MATKAMUISTO

Matkailuala on suuri mahdollisuus Suomen pienyrittäjille. Kotkalaisen yrittäjän kannattaa hyödyntää rajan läheisyys ja venäläiset matkaajat. Vuosittain järjestettävät Kotkan Meripäivät tuovat myös paljon mahdollisia asiakkaita Kotkaan.

Laajemmassa perspektiivissä koko Suomen rannikko on kiinnostava matkailukohde ulkomaisen turistin näkökulmasta. Suomessa ollaankin panostamassa saaristomatkailun markkinoimiseen rajojen ulkopuolelle.

Matkailuun kulutettiin Suomessa 14,4 miljardia euroa vuonna 2013. Summa sisältää suomalaisten ja ulkomaisten matkailijoiden kulutusmenot Suomessa. Ulkomaalaisten matkailijoiden osuus matkailun kokonaiskulutuksesta oli noin 31 prosenttia eli 4,43 miljardia euroa (Visit Finland, 2016a).

Jenni Kaitila on tutkinut matkamuiistoalaa opinnäytetyössään *Matkamuiisto – osa matkaa*. Kaitila toteaa tutkimuksessaan, että matkamuiistotarjonnassa olisi kehitettävää, jotta matkailijoiden ostopotentiaali hyödynnettäisiin paremmin. Hänen mukaansa matkailija haluaa ostaa jotakin aitoa, uniikkia ja paikallista matkamuiistoksi. Matkamuiiston aitous voi syntyä myös ostotilanteesta ja olla hyvin henkilökohtainen kokemus. Esimerkiksi suoraan tekijältä ostettu tuote on aidompi kuin massavalmistajan tuote. Onkin tärkeää saattaa ostajan tietoon, jos tuote on valmistettu paikallisesti. (Kaitila 2015, 10, 37.)

Matkamuiistotarjonta Suomessa koostuu yleisesti Lappiin liittyvistä ja hyvin stereotyyppisistä tuotteista. Lappi-aiheisia tuotteita myy esimerkiksi Helsingissä Annen soppi. Valikoimassa on muun muassa poron taljoja ja Saamelaisyylisiä vaatteita. (Annen soppi-verkkokauppa 2016.)

Tampereen ammattikorkeakoulun matkailun yliopettaja Sari Matala kyseenalaistaa Lappi-aiheiset matkamuiistot ja peräänkuuluttaa paikallisia tuotteita. Toisaalta hän toteaa ulkomaalaisten matkailijoiden olevan enemmän kiinnostuneita Suomi-tuotteista yleensä kuin esimerkiksi Tampere-tuotteista. (YLE Uutiset 2016b.)

Suunnittelemani tuoteperhe on tarkoitettu laajalle kohderyhmälle. Tuotteita voi ostaa entinen kotkalainen muistoksi omasta kaupungistaan tai muistuttamaan vaikkapa lapsuuden kesistä. Ulkomaalainen voi kokea tuoteperheen syvän suomalaisuuden sinivalkoisen raikkauden kautta. Tuotteiden on tarkoitus olla monikäyttöisiä ja kiinnostavia ilman matkamuiistomerkitystäkin ja ne sopivat myös nykyaikaiseen sisustamiseen.

Sanni Harju (2013, 55) selvitti opinnäytetyössään sisustustuotteiden jälleenmyyjäin näkemyksiä. Kävi ilmi, että jälleenmyyjät ostavat usein toisiinsa sopivia tuotteita, sillä niistä saa näyttäviä kokonaisuuksia myymälään. Tuotteiden

oli kuitenkin erotuttava toisistaan. Halusin suunnitella kokonaisen tuoteperheen, joka on yhteneväinen aiheen ja visuaalisuuden puolesta.

Matkamuiston olisi hyvä olla pieni ja kevyt, helposti mukaan otettava. Hinta ei voi olla korkea. Matkailijat arvostavat paikallisuutta ja laatua. He hakevat tuotteelta myös käytettävyyttä ja on eduksi, jos tuotteella on jokin käyttötarkoitus. Holtarin (2009) haastatteleva Raili Tiitinen kertoo Merikeskus Vellamon mu-seokaupassa arvostavansa matkamuistoa, jolla on käyttöarvoa. Hän kertoo ostavansa Suomessa ainoastaan kotimaisia tuotteita. Hän edellyttää matkamuiston liittyvän kohdepaikkakuntaan, mutta siinä ei tarvitse lukea paikkakunnan nimeä.

Merikeskus Vellamon tuotteet liittyvät historiaan ja merenkulkuun ja tavaroihin pitää liittyä jokin tarina. Kotkan Maretariumissa tiedetään asiakkaiden arvostavan kotimaisia, kestäviä ja edullisia tuotteita. Myymälän valikoima liittyy kaloihin ja luontoon. Kotka- ja Suomi-aiheisia tuotteita kysytään myymälästä paljon. (Holtari 2009)

Opinnäytetyössä päädyttiin suunnittelemaan tekstiilejä, jotka tulevat käyttötuotteiksi. Näitä ovat keittiöpyyhkeet, tyynyt ja seinätekstiilit. Myös postikortit ovat kooltaan ja hinnaltaan sopivia tuotteita matkailijoiden ostettavaksi. Matkailukohteeseen liittyviä postikortteja kysytään jatkuvasti Tamburiinissa. Tekstiilit ja postikortit ovat kevyitä, ne mahtuvat pieneen tilaan, eivätkö mene helposti rikki.

3 KOHDERYHMÄ

Kotkan Meripäivät on kävijämäärältään yksi Suomen suurimmista tapahtumista. Meripäivät on järjestetty vuodesta 1962 alkaen. Vuosittainen kävijämäärä on yli 200 000 henkeä. Kotkan Meripäivät järjestetään vuosittain heinäkuun viimeisellä viikolla Kotkassa. (Meripäivät 2016.)

Tutkimuksen mukaan Meripäivillä käyneistä 42 % asuu jossain muualla kuin Kotkassa ja 29 % Kymenlaakson ulkopuolella. Meripäiväkävijät tulivat pääosin Kotkasta, muualta Kymenlaaksosta ja Uudeltamaalta. Rahaa Meripäivätuotteisiin ja muihin ostoksiin Meripäiväalueella kävijät kuluttivat yhteensä lähes

800 000 euroa. Yksittäinen kävijä kulutti näihin ostoksiin noin 20 euroa. Kolmannes kävijöistä piti myyntikojuja kiinnostavimpana tapahtumassa. (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2015, 3, 5, 11, 13.)

Ulkomaisista matkailijoista venäläisten osuus vuonna 2012 oli 47%. Venäläiset ovat Krimin sodan aiheuttamista talouspakotteista huolimatta vieläkin Suomen matkailulle suuri mahdollisuus. Venäläisten rahankäyttö on pienentynyt ja yöpymisten määrä vähentynyt, mutta matkailijoita saapuu Suomeen vielä merkittävästi. Venäläiset arvostavat Suomessa puhdasta luontoa sekä kulttuuri-palveluita. Ostosten teko on venäläisten suosituimpia aktiviteetteja lomalla. (Nieminen 2015, 22, 33, 34, 57.)

Aasialaisten turistien määrä Suomessa on kasvanut. Kiinalaisten yöpymismäärä Suomessa kasvoi vuonna 2015 41 prosenttia. Lisäksi kiinalaiset matkailijat kuluttavat reilusti enemmän rahaa kuin esimerkiksi venäläiset. Ulkomaiset matkailijat hakevat Suomesta elämyksiä, puhdasta luontoa, askeettisuutta ja hiljaisuutta. (Visit Finland 2016b.)

Suomen rannikkoaluetta on alettu markkinoida saaristomatkailuun ulkomaille. Visit Finland nosti Saksan kärkimaaksi merellisen saariston markkinoimiseksi Berliinin ITB-messuilla 2016. Messuilla vahvaksi trendiksi osoittautui *”Ruhe und Rückzug”* eli rauha ja vetäytyminen. ITB-messut ovat maailman suurin matkailumessutapahtuma. (Visit Finland. 2016c.)

Suomen matkailuun panostaminen lisää todennäköisesti ulkomaisten matkailijoiden määrää Suomessa. Matkailumarkkinoinnin teemat liittyvät luontoon ja saaristomereen (Finpro 2016). Tämä tieto kehittyvistä markkinoista vaikutti oman tuoteperheen suunnitteluun ja aihe muovautui kotkalaisesta matkamuistosta laajemmin markkinoitavaksi tuotteeksi.

4 PAINOMENETELMÄ JA MATERIAALI

Briggs-Goode (2013, 7) toteaa, että tekstiilisuunnittelijan on työssään otettava huomioon sekä eettiset kysymykset että kaupallinen näkökulma, tehdessään tuotteen valmistukseen liittyviä valintoja. Materiaalien, painoprosessien, päätöksentekoprosessin ja markkinoiden ymmärtäminen antaa laajemman kuvan alasta.

Briggs-Goode (2013, 147-148) puhuu värien kemikaalien ja menetelmien vaaroista tekstiiliteollisuudessa ja niiden vaikutuksista luontoon ja työntekijöihin. Halvan työvoiman maissa käytetään usein epäilyttäviä menetelmiä tekstiilien tuottamiseen. Vastuullista tuottamista on huomioida myös tekstiilin mahdollisimman pitkä elinkaari ja tuotteiden ympäristöystävällinen hävittäminen.

Tätä opinnäytetyöprojektia varten harkittiin kahta tekstiilipainomenetelmää tuotteita varten, silkkipainoa ja digitaalipainoa. Painomenetelmän valintaan vaikuttivat tuotantokustannukset sekä kestävän kehityksen näkökulma.

4.1 Silkkipaino

Taustatutkimuksen alkuvaiheessa selvisi, että silkkipaino tulisi liian kalliiksi, jos haluaisimme useita värejä ja erilaisia kuvia. Silkkipainomenetelmässä jokaiselle värille tehdään oma seula ja jokainen lisäväri kasvattaa hintaa. Lisäksi silkkipainon painojälki on tulostusjälkeä karkeampaa. Silkkipainoa voitaisiin harkita vasta, kun tuotantomäärät olisivat reilusti suurempia. Tamburiini halusi tyynyihin useamman värin ja etenkin Vesitornin-tyynyyn toivottu vaikutelma iltauringon hehkusta olisi ollut vaikea toteuttaa silkkipainomenetelmällä.

4.2 Digitaalinen tulostus

Digitaalinen tulostus mahdollistaa pienien tuotantoerien valmistuksen. Digitaalisessa tulostuksessa ei tarvita perinteisten kankaanpainomenetelmien alkuvalmisteluja kuten kaavioiden valmistusta. Kuitenkin metrihinta on melko korkea pienissä määrissä ja kustannukset alkavat olla kannattavia yli viidenkymmenen metrin tilauksissa.

Digitaalinen tulostus sallii lähes rajattoman värien käytön, eikä kuvion pituudella ole periaatteessa rajoitusta pituussuunnassa. Digitaalisessa tekstiilitulostuksessa tulostin piirtää kankaalle digitaalisen kuvatiedoston mukaisen informaation. Tuloste kiinnitetään kankaaseen korkeassa lämpötilassa ja ylimääräinen väri pestään pois. Väriaine kiinnittyy kankaan kuituihin ja kankaan pinta jää luonnollisen tuntuiseksi. Menetelmä sopii painatuksille, jotka sisältävät useita värejä tai valokuvia. Värit ovat syviä ja kestävät hyvin pesua. (Printscorpio 2016a.)

Digitaalinen tulostustekniikka kuluttaa vähemmän mustetta, vettä ja energiaa verrattuna perinteisiin tekstiilipainomenetelmiin. Pajun (2014, 51) haastattelemat tekstiilialan ammattilaiset pitävä digitaalisen tulostuksen yleistymistä hyvänä asiana kestävän kehityksen kannalta. Haastatellut uskoivat uuden tekniikan mahdollistavan pienten koemallistojen valmistamisen ja uusien innovatiivisten toimijoiden tulemisen tekstiilialalle. Pajun haastatteleman sisustustuotteiden parissa toimivan tekstiilisuunnittelija Elina Heleniuksen mukaan digitaalinen tulostustekniikka tulee vaikuttaman laajasti visuaaliseen kulttuuriin ja tekstiilien visuaalisuuteen.

Halusin hyödyntää digitaalisen tekstiilitulostamisen mahdollisuuksia suunnitteleamalla erilaisia ja eri kokoisia kuvia painettavaksi. Digitaalisella tulostamisella voidaan toteuttaa yksilöllisiä kankaita, jopa täysin uniikkeja kuvia, sillä kuvien määrällä ei periaatteessa ole rajoitusta. Digitaalipainossa ei tarvitse käyttää toistuvaa kuviota. Digitaalitulostus ei myöskään aseta kuvitustekniikalle rajoituksia. Kuvituksessa käytin värillisiä ja mustavalkoisia valokuvia, joita muokkasin kuvankäsittelyohjelmilla. Digitaalitulostus tuntui oikealta valinnalta myös siksi, että kankaan pinta säilyttäisi luonnollisen tuntunsa ilman pigmenttitulosteen muovimaista pintaa.

Koska kangasta tarvitsi yhteistyöyrityksen lisäksi oma yritykseni, oli digitaalitulostus perusteltua siksikin, että yhdessä voisimme tilata kangasta riittävän paljon hinnan putoamiseksi taloudellisesti kannattavalle tasolle.

Löysin internetistä tekstiilitulostukseen erikoistuneen yrityksen, Printscorpio Oy:n, jonka verkkokaupassa voi helposti laskea hinnanmuodostusta eri metrimäärille ja materiaaleille. Printscorpio käyttää toimintaansa uusiutuvaa sähköenergiaa eli vesi- ja tuulisähköä. Heidän valmistamansa tuotteet ovat hävitettävissä ilman haitallisia päästöjä. Tehdas on myös panostanut jätevesiensä puhdistamiseen, eikä käytä prosesseissaan ympäristölle haitallisia kemikaleja. (Printscorpio 2016b.)

Printscorpio mainostaa olevansa ensimmäinen painotalo Suomessa, joka tulostaa reaktiivimenetelmällä luonnonmateriaaleille kuten puuvillalle, pellavalle, villalle ja silkille (Printscorpio 2016a). Tilasin *Printscorpiolta* heidän prosessissaan käyttämiä kangasnäytteitä.

Ulkomailla toimii useita digitaalitulostuspalveluita tarjoavia verkkokauppoja, joista olisi mahdollisesti saanut edullisemman tarjouksen tilauksellemme. Halusin kuitenkin painopaikan sijaitsevan Suomessa, jotta yhteydenpito painon kanssa olisi sujuvampaa. Lisäksi lyhyemmät toimitusmatkat kuormittaisivat vähemmän ympäristöä. Tuotteen kotimaisuus on myös merkittävä tekijä markkinoinnissa.

4.3 Kangas

Valinnassa otimme huomioon laadun ja hinnan lisäksi myös kankaan sopivuuden tuotteeseen. Päädyimme puolipellavaan. Eri kankaissa oli sävyeroja valkoisessa pohjassa. Puolipellava ei ole aivan puhtaan valkoinen, vaan siinä on aavistus luonnonvalkoista. Puolipellavan karkeahko pinta tuo eloisuutta väriin ja on kiinnostavampi kuin tasainen puuvilla. Pellavaa arvostetaan materiaalina ja laatu oli tärkeä valintakriteeri. Puolipellava soveltuu hyvin sekä tyynyihin, että keittiöpyyhkeisiin. Kankaan voi pestä 60 asteessa. Kangas oli ryhdikäs ja riittävän paksu olematta kuitenkaan liian jäykkä. Printscorpion puolipellava tuotetaan Latviassa.

Nykypäivän kuluttajat ovat usein hyvin tietoisia tuotteiden ympäristövaikutuksista ja ekologisesta jalanjäljestä. Uskon ekologisten raaka-aineiden ja valmistusmenetelmien madaltavan kuluttajan ostopäätöstä.

5 GRAAFINEN SUUNNITTELU

Hyvä ulkoasun suunnittelu käyttää apunaan teoriaan perustuvia lainalaisuuksia sekä sisäisiä tuntemuksia hyvästä visuaalisesta ulkoasusta. Ulkonäön suunnittelussa huomioitavia asioita ovat käytettävien elementtien muoto, koko, tummuusaste, värit ja sommittelu. (Huovila 2006, 29, 35.)

Projektin alussa oli mielikuva, miltä meriaihteiset tuotteet näyttäisivät. Taustatutkimus matkailusta ja kohderyhmästä toi uutta tietoa ja muokkasi tulevien tuotteiden hahmoa mielessäni. Kuvien sommittelu ja värivalinnat ovat työssäni vaistonvaraisia, enkä aina tietoisesti harkitse tekemiäni ratkaisuja. Yhdenmukaisuuteen pyrkiminen ja aihe antavat suuntaviivoja suunnittelulle. Ratkaisut

löytyvät usein kokeilemalla ja vaistoon luottamalla. *Luova prosessi on sekä intuitiivinen ja rationaalinen ja olennaista sille on, että sen alussa lopputulosta ei tiedetä* (Heikerä 2001, 13).

Joidenkin tavoitteiden saavuttamiseksi tukeudun enemmän teorian tietoon. Kuvatessani työprosessia, pyrin perustelemaan teoreettisesti tekemiäni valintoja.

Kuviin liitetään merkityksiä. Esimerkiksi kuvassa oleva lokki merkitsee vesilintua ja katsoja yhdistää näkemänsä mereen ja luontoon. Linnun symbolinen merkitys on syvemmällä katsojan alitajunnassa ja hän voi liittää sen merkityksen vapauteen, kesään ja lapsuuden muistoihin, ilman tietoista ajattelua. Symbolien ja merkitysten tiedostaminen on tärkeää halutun viestin välittämiseksi. Katsoja tulkitsee kuvaa omista lähtökohdistaan, joihin liittyvät hänen taustansa ja aikaisemmat kokemuksensa.

Eri kulttuureissa symboleilla voi olla eri merkityksiä, jotka ovat sosiaalisen oppimisen tulosta. On myös kuvia, joiden symboliset merkitykset ovat yhteisiä kaikkialla maailmassa ja ne juontavat aikojen taakse, jolloin ihminen oli lähellä eläintä. (Heikkerö 2001, 9-10.)

6 TYÖPROSESSI

6.1 Rakennuskuva-tyyny

Tamburiini halusi Kotkan kaupungintalon tyynyn kuvitukseksi. Yhdistelmän oli tarkoitus olla kunnioittava mutta hieman koominen. Jo kovan rakennuksen yhdistäminen pehmeäksi mielletty esineeseen, tyynyyn, toi aiheeseen huumoria. Kotkan kaupungintalo on tunnettu ankeasta ja askeettisesta ulkonäöstään.

Kaupungintalon pariin valittiin Haukkavuoren entinen vesitorni, joka on kaunis majakkamainen rakennus näkyvällä paikalla Kotkan saarelle tultaessa. Tamburiinin omistaja Tiina Koskenheimo halusi vesitornin kuvattavaksi ilta-aurin gon kultaamana.

Haukkavuoren vesitorni toimii nykyään näkötorina sekä ravintolana ja siellä järjestetään taidenäyttelyitä. Torni on rakennettu Kotkan korkeimmalle paikalle

ja kohoaa 72 metriin merenpinnasta ja toimii helposti erotettavana maamerkinä Kotkaan tultaessa. Tornista voi nähdä itäisen Suomenlahden saariston. (Kaakko 135 2016.)

Rakennuskuvat on suunnattu suppeammalle kohderyhmälle, nykyisille ja pois muuttaneille kotkalaisille, vakkakin ne soveltuvat myös matkamuistoiksi. Kotkalaisuus on voimakas mielentila. Tamburiinin yrittäjän, Tiina Koskenheimon, mukaan jopa Kotkassa tehtyjä huonekaluja on kuljetettu lentokoneessa muualle maailmaan kotiseuturakkauden vuoksi.

Rakennuksia esittävässä kuvissa kuvitustekniikka on pelkistetty ja yhtenäinen. Kuvat on rakennettu yhdistelemällä piirrosta ja valokuvaa. Molemmat rakennuksia esittävien kuvien aiheet on kuvattu suoraan edestä. Vaikka kuvien lähtökohtana on käytetty valokuvaa, turhat yksityiskohdat on karsittu pois. Kuvat on teknisesti toteutettu käyttämällä Photoshop- ja Illustrator-suunnitteluohjelmia.

Väreillä on pyritty luomaan lämmin ja kutsuva vaikutelma. Etenkin kaupungintaloa esittävään tyynyyn haluttiin tuoda erityinen leikkisä sävy vastakohtaksi rakennuksen ankeudelle. Optimistinen ja iloinen värimaailma ja tyyli ovat saaneet innoituksensa naivismista.

Naivismi (ransk. naïve < lapsekas, vilpitön, luonnollinen) on taidesuuntaus, jonka pyrkii spontaaniin yksinkertaisuuteen ja vilpittömyyteen. Toisinaan naivismi pyrkii värikkäällä ja humoristisella otteella tehtyyn yhteiskuntakritiikkiin. Naivismin keskeiset aiheet ovat tekijän omasta elämästä, muistoista, unista ja haaveista. (Vallius 2010.)

Rakennuskuvista välittyy lapsekas ja vilpitön, muistojen kultaama unenomainen ja hieman epärealistinen mielikuva. Etenkin kaupungintalo-kuvan kohdalla haluttiin humoristista otetta kuvaamaan rumaa, kenties rakastakin kotkalaisuuden muistomerkkiä, johon naivistinen tyyli sopii hyvin.

Vaaleanpunaisen ja sinisen värin valinta on perusteltua myös näiden värien ajankohtaisuudessa sisustamisen trendeissä. Maailmanlaajuinen väriorganisaatio Pantone on valinnut vuoden 2016 väreiksi Rose Quartz-vaaleanpunaisen ja Serenity-sinisen. Pantonella on suuri vaikutus tulevien trendivärien muodostumiseen.

Pantone-värijärjestelmää (PMS -Pantone Matching System) käytetään standardina painoteollisuudessa. Pantone-väreillä saadaan laajempi värintoisto kuin CMYK-väreillä, jotka koostuvat neljästä väristä. Pantone-värit tulevat halvemmaksi kuin CMYK-värit ja niitä käytetään tekstiilipainatuksissa tai erikoismateriaaleilla paperituotteiden lisäksi. (Graafinen 2015.)

Pantone-värien sekoitussuhde ilmoitetaan PMS-koodilla, joka on toistettavissa ympäri maailman. Kukin väri sekoitetaan erikseen ennen painamista. (Loiri & Juholin 1998, 117.)

Sisustusbloggaaja Kati näkee vaaleanpunaisen yhtenä tulevista trendiväreistä vuonna 2016. (Etuovi.com 2016) Myös Divaaniblogin kirjoittaja Kerttu P. mainitsee Pantonen vuoden värit ja ennustaa niille menestystä muodissa ja sisustuksessa. (Divaani Blogit 2016.) Esmeralda's blogin kirjoittaja Essi on löytänyt maalitehdas Tikkurilan vuoden värin nimeltä *Vuono M422*, joka on syvä smaragdinvihreä sävy. Vihreän lisäksi Essi on huomannut vaaleanpunaisen ja sinisen nousun vuoden 2016 trendiväreiksi. (Esmeralda's -blog 2016.)

Nopea vilkaisu markkinoita hallitseviin sisustustuotteita myyviin kotimaisiin verkkokauppoihin osoittaa vaaleanpunaisen ja sinisen olevan jo myynnissä sisustustekstiileissä. Esimerkiksi Kodin 1-verkkokaupan suosituimmat Anno-tyyny ja Hobby Hallin uusimmat Koodi-tyyny suosivat roosaa ja sinistä. Näiden värien lisäksi joukossa on vaaleaa harmaata ja turkoosia. (Kodin 1-verkko-kauppa 2016; Hobby Hall 2016.)

Käytin roosaa ja sinistä Kaupungintalo- ja Vesitornityynyissä. Vaaleanpunainen on leikkisä vastakohta kaupungintalon tyllylle yksinkertaisuudelle ja ankeudelle. Se kuvastaa samalla kotiseuturakkautta ja kotikaupungin näkemistä vaaleanpunaisten lasien läpi. Pidän vaaleanpunaisen ja graafisen mustavalkoisen yhdistelmästä.

Sininen korostaa Vesitornin kullankeltaista väriä, joka viestii optimismista, ilosta ja auringosta. Haukkavuoren vesitorni on monelle kotkalaiselle rakas maamerkki, joka toivottaa tulijan tervetulleeksi kaupunkiin. Käyttöesineenä se onkin suunnattu etenkin kotkalaiselle tai Kotkasta pois muuttaneelle muistuttaen rakkaasta entisestä kotikaupungista. Se toimii myös turistille matkamuis- tona tai tuliaisena. Torni muistuttaa muodoltaan majakkaa ja sopii siten yleisesti suosittuun merelliseen sisustustyyliin.

6.2 Meriaiheiset kangastuotteet

Oman tuoteperheeni teema oli meri. Halusin suunniteltavasta kankaasta sisustustyynyjä sekä seinätekstiilejä. Tyynyjen lisäksi halusin kuvata meren rai-kasta tunnelmaa hulmuavilla kankailla, joiden kuva-aiheet synnyttäisivät miel-leyhtymiä keveydestä.

Suunnittelun lähtökohtana oli kotkalainen kokemus merestä, mutta en halun-nut sitoa aihetta suoraan Kotkan kaupunkiin esimerkiksi käyttämällä ”Kotka”-sanaa tai esittämällä kuvituksessa Kotkan maamerkkejä. Satamanosturit ovat kuvasarjan selkein viittaus Kotkaan, toisaalta nosturit ovat yleisestikin yhdis-tettävissä satamaan ja meren läheisyyteen.

Taustatutkimus muokkasi meri-aihetta abstraktimpaan suuntaan. Visit Finlan-din (2016b) käyttämät termit luksusmatkailu ja hyvinvointimatkailu synnyttivät uusia mereen liittyviä mielikuvia, joita käytin suunnittelussa. Aasialaisten mat-kailijoiden Suomen vierailulta hakemat puhtaus ja rauha kiteytyvät pilvi- ja lokki-aiheissa ja värivalinnoissa.

Tamburiinin lähinnä kotkalaisille suunnattujen kaupungintalo- ja vesitornityy-nyjen lisäksi halusin suunnitella laajemmalle kohderyhmälle meriaiheisia tuot-teita. Merikaupungissa kasvaneena rakastan merta ja siihen liittyviä asioita ku-ten lokkeja, sileitä kallioita ja satamaa. Vapaus, raikkaus ja kesytön meri olivat innoittajiani.

Meri-teeman lisäksi kuvia yhdistää visuaalisesti väri ja ilmavuus (kuva 11). Juuri visuaalisen tyylin yhtenäisyyden löytäminen osoittautui haasteellisim-maksi asiaksi aiheiden valinnassa ja toteutuksessa.



Kuva 11. Meriaiheisen tuoteperheen kuvia.

Koska tuoteperheen kuva-aiheet liittyvät kotkalaisten yhteiseen historiaan ja pohjautuvat osittain omaan taustaani saaristossa, tuoteperheen nimeksi tuli *Muistoja mereltä*. Nimi on sopiva myös matkamuistoja ajatellen.

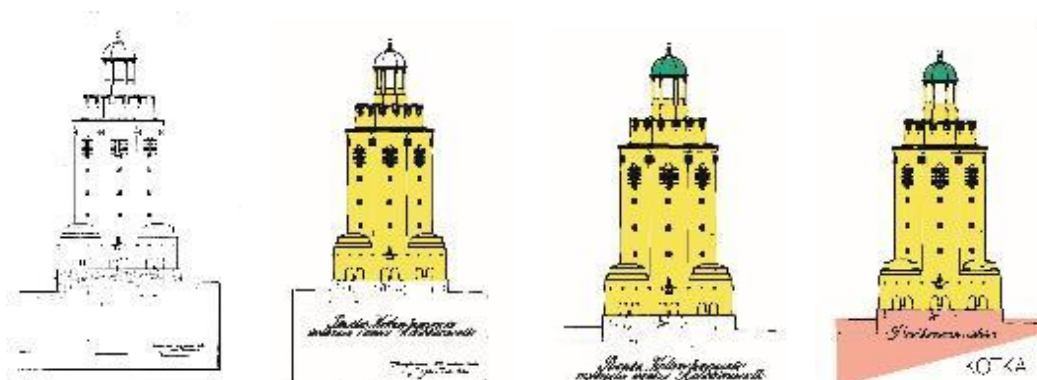
6.3 Luonnostelu

Käytin rakennusaiheisten kuvien luonnostelussa valokuvia ja rakennuspiirustuksia. Rakennuspiirustuksia Kotkan rakennuksista hankin Kotkan kaupungin-arkistosta. Alussa otin luonnostelussa huomioon silkkipainotekniikan aiheuttaman värinkäytön rajoitukset. Kokeilin kuvituksia mahdollisimman pienillä värimäärillä. Jokaiselle värille erikseen tehtävä seula toisi lisää hintaa. Kokeilin, miten kuvituksen voisi toteuttaa edullisesti yhdellä värillä silkkipainotekniikalla. Hain myös yhtenäistä ilmettä tuoteperheelle. Käytin rakennuspiirustuskuvia kuvista tekemiäni negatiivisia viivapiirroksia (kuva 3).



Kuva 3. Kuvituskokeiluja yhtä painoväriä varten.

Kokeilin myös, miten värien lukumäärän lisääminen vaikuttaisi kuvan luonteeseen. Kuvassa 4 on neljä versiota vesitornin kuvitukseksi. Vasemmalla kuvassa on käytetty pelkästään mustaa ääriivivoihin. Sen vieressä kaksi-, kolme- ja neliväriset versiot.



Kuva 4. Kuvitukseen käytettyjen värien lukumäärä lisääntyy vasemmalta oikealle.

Asiakas piti tätä kuvitustyyliä liian pelkistettynä ja halusi kuvien olevan enemmän valokuvamaisia. Hän halusi vesitorniin enemmän kultaista hehkua ja näytti minulle valokuvan, jossa rakennus oli kuvattuna ilta-auringossa. Tämän pohjalta suunnittelin uuden version, jonka asiakas hyväksyi (kuva 5).



Kuva 5. Hyväksytty versio Vesitorni-tyynyn kuvitukseksi.

Auringon hehku syntyi käyttämällä useampia keltaisen sävyjä ja lisäämällä hieman oranssia. Valöörerot muotoilevat tornista kolmiulotteisen ja varjon epäpuhdas sävy korostaa auringossa olevan keltaisen hehkua. Sininen taivas vastavärinä tornin keltaiselle ja oranssille syventää värien voimaa.

Suunnittelun lopussa rakennustyynyihin päätettiin lisätä KOTKA-teksti. Rakennus-tyynyt on suunnattu suoraan kotkalaisille asiakkaille tai Kotkasta matkamuiston haluaville. KOTKA-teksti alleviivaa tuotteet kotkalaisiksi.

6.4 Mallikappaleet

Tilattavan kankaan metrihinta laski merkittävästi tilattaessa yli viisikymmentä metriä tuotetta. Ennen painamista tyynyjen muoto ja värit oli tarkoin mietittävä, koska tilaus koski suurta määrää eri tuotteita. Myös tuotteiden koko pitäisi harkita ja suunnitella sopimaan taloudellisesti painettavalle kankaalle niin, että syntyisi mahdollisimman vähän hukkaan menevää materiaalia. Tarkoitus oli myös kokeilla, miten tyynyn kaareva muoto vaikuttaisi kuvapintaan.

Tyynyistä valmistettiin mallikappaleita, joiden avulla kokeiltiin, miten muotoon leikattu vesitorni toimisi. Tulostin kotiprintterillä muovikalvolle kaupungintalon

ja vesitornin ääriiviivat samassa koossa, jossa ne olisivat lopullisissa tuotteissa. Kalvolta siirsin kuvat kostutetulle kankaalle. Koska kotiprinttteri tulostaa vain A4-kokoisia sivuja, rakensin mallikappaleen kuvan useasta eri osasta.

Vesitorni-tyyny oli tarkoitus muotoilla tornin muotojen mukaan leikkaamalla tyynyn kaava portaittaisesti (kuva 6, vasen reuna). Kuvan keskellä oleva ensimmäinen mallikappale osoitti, että suunniteltu muoto ei toimisi käytännössä. Tornin yläosa oli liian kapea suhteessa muuhun tyynyyn. Lisäksi vanu ei pysynyt täytteenä tyynyn pienemmissä kulmissa vaan ne taittuivat väärin toivottua muotoa.



Kuva 6. Mallikokeiluja Vesitorni-tyynystä.

Toisessa vesitornityynyn mallikappaleessa (kuva 6, oikealla) tyynyn yläosa muotoiltiin kaareksi ja kulmat jätettiin kokonaan pois. Huomasin tyynyn kaarevan muodon väärinmittausten tornin mittasuhteita, joten käsittelin kuvaa venyttämällä sitä leveyssuunnassa. Lisäsin myös tornin alle ylimääräistä tilaa, jotta tornin alaosa jäisi kokonaan näkyviin kuvan taipuessa tyynyn muodon mukaisesti kohti alasaumaa. Tämä malli toimi jo paremmin.

Kokeilin väriä myös vesitornityynyn mallikappaleeseen nähdäkseni, tarvittaisiinko sinistä väriä taivaaseen tornin ympärille ja kuinka paljon. Vesitornin toinen prototyyppi tehtiin ilman värjäystä ja mielestäni se toimi yllättävän hyvin myös mustavalkoisena versiona (kuva 6, oikealla). Tätä mustavalkoista versiota harkittiin yhdeksi vaihtoehdoksi tuotantoon. Valikoimaa ei haluttu laajentaa suunnitellusta, koska se olisi edellyttänyt lisärahan sijoittamista tuotteisiin.

Tyynyä päätettiin vielä kokeilla suorakaiteen muodossa valmiissa tuotteessa värillisenä. Saattaisi olla tarkoituksenmukaista jättää selkeä alue sinistä tai vasta tornin yläosan ympärille korostamaan tornin kullankeltaista hehkua. Sininen tausta korostaa vastavärinä tornissa olevaa oranssia.

Kangastilauksessa kuvat olisivat suorakaiteen muotoisia, jotta samaa kuvaa voitaisiin käyttää sekä tyynyyn, että keittiöpyyhkeisiin. Tarkoitus oli valmistaa tuotteita sitä mukaa kun niitä saataisiin myytyä. Jos asiakkaat ostaisivat pelkästään tyynyjä, koko kankaan voisi käyttää niiden valmistamiseen.

Kokeilin myös kaupungintalotyynyn väripintojen suhdetta sekä rakennuksen kokoa (kuva 7 vasemmalla). Värjäsin kuvapinnan vesiväreillä vastaamaan suunniteltua tuotetta. Vaaleanpunainen näytti hyvältä mustavalkoisen rakennuksen ympärillä. Vesiväreillä syntynyt vaaleanpunaisen ja vihreän liukuvärijäys (kuva 7 oikealla) näytti kauniilta ja sitä päätettiin käyttää digitaalisessa kuvassa.



Kuva 7. Kaupungintalo-tyynyn mallikappale ja värikokeilu.

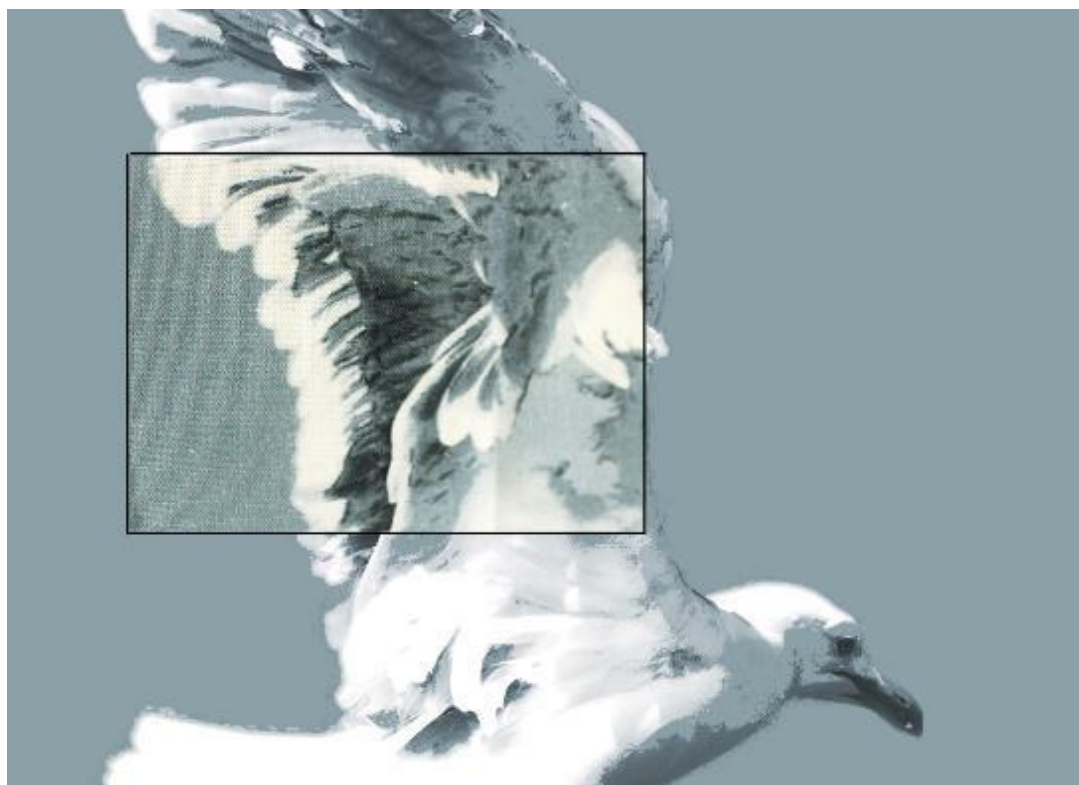
Myös asiakas piti murretuista väreistä. Mielestäni rakennuksen ja ympäröivän tilan suhde oli sopiva. Jos rakennus olisi suurempi kuvapintaan nähden, olisi katsojan vaikea tunnistaa sitä.

6.5 Tilauksen valmistelu

Ennen varsinaista kangastilausta Printscorpiolta tilattiin painonäyte. Näyte oli 150 senttimetriä leveä ja 50 senttimetriä pitkä. Näytetiedostossa oli osia varsinaiseen tilaukseen tulevista kuvista. Näytteen avulla voitaisiin nähdä, vastaisivatko printatut värit digitaalisia kuvia.

Painonäytteiden saavuttua osa kuvista vaati hieman värien säätöä. Joissakin kuvissa oli häiritsevää keltaisuutta. Virhe näkyi selkeästi päivänvalossa kan-kaalla, mutta näytöllä en sitä havainnut. Painonäytettä tilattaessa mallitiedos-toon olisi kannattanut lisätä erilaisia värialueita kokeeksi, etenkin harmaata, sinistä, vaaleanpunaista ja vihreää. Kuvissa käytettiin yhtenäisiä kuvapintoja, joiden arvot oli määritetty numeroin kuvankäsittelyohjelmissa. Onneksi värit olivat kuitenkin pääosin toivotunlaisia.

Sinisen lokki-kuvan väri näytetulosteessa vastasi hyvin digitaalista tiedostoa. Kuvassa 8 digitaalisen kuvan päälle on liitetty näytetulosteesta valokuvattu kangaspala, jolloin voidaan nähdä tulostetun värin vastaavan hyvin alkupe-räistä kuvaa.



Kuva 8. Painotalon näytetulosteen vastaavuus digitaalisen tiedoston kanssa.

Yhteistyöyritys Tamburiini oli tyytyväinen rakennustyyppien värinäytteisiin. Värit olivat kirkkaat ja syvät. Kuvassa 9 nähdään rakennuskuvien värien vastaavan digitaalisia versioita kuvista.



Kuva 9. Rakennus-kuvien näytetulosteet vastasivat odotuksia.

Kaupungintalon vaaleanpunainen vastasi odotuksia tummuuden osalta ja taivaan alaspäin vaaleneva väri kevensi kuvan ilmettä. Vesitornin kullankeltainen hehku oli toivomusten mukainen.

7 PRODUKTION ESITTELY

Halusin suunnitella tuotteet niin, että niitä yhdistäisi jokin asia ja syntyisi tuoteperhe. Kun tuotteilla on jokin yhdistävä piirre, kuten väri tai muoto ja ne mielletään yhteenkuuluviksi, puhutaan tuoteperheestä.

Tuoteperhe kokonaisuutena on kiinnostavampi kuin yksittäinen tuote. Se on viesti ammattimaisesta suunnittelusta ja laadusta. Yhtenäinen tuoteperhe muodostaa myymälässä näyttävän kokonaisuuden, joka herättää asiakkaan mielenkiinnon ja saa hänet tutkimaan tuotteita. Lisäksi asiakas usein motivoituu ostamaan useamman tuotteen samasta tuoteperheestä

Esimerkiksi kaupungintalotyynyn pariaksi asiakas voi helposti tuntea halua ostaa tyyny, jonka aihe on toinen keskeinen kotkalainen rakennus, Haukkavuoren vesitorni. Tuotteet sopivat yhteen ja näyttävät yhdessä paremmalta kuin erikseen.

Keinoja kuvien yhdistämiseksi tuoteperheeksi ovat yhtenäinen värimaailma sekä saman aihepiirin kuvat. Kotka-aiheiseen tuoteperheeseen kuuluu tyy-nyjä, keittiöpyyhkeitä, seinätekstiilejä ja puisia kortteja. Osa tuotteista ei ole sidoksissa ainoastaan Kotkaan, vaan on merihenkisyydessään sopivia hyödynnettäväksi matkamuistomyymälöissä muuallakin Suomen rannikkokaupungeissa ja matkakohdeissa.

Tämä opinnäytetyö jakaantui kahden erillisen tuoteperheen suunnitteluun, joita molempia yhdistää kotkalaisuus ja meri. Yhteistyöyritys Tamburiini halusi keskittyä lähinnä kotkalaisille suunnattuihin rakennuksia esittäviin sisustustyy-nyihin. Omalle yritykselleni halusin suunnitella laajempaa kohderyhmää kiinnostavan tuoteperheen, jonka teemana oli merellisyys yleisemmin.

Tamburiinin Tiina Koskenheimo halusi nähdä vesitornin erityisesti ilta-aurin-gon loisteessa, kuten hän on tottunut sen usein kotiin palatessaan iltaisin näkemään. Hän oli tyytyväinen valmiin tuotteen väreihin ja tunnelmaan.



Kuva 10. Havainnekuvat valmiista rakennuskuva-tyynyistä.

Kuvan 10 tyyntä on tehty kuvankäsittelyohjelmalla havainnollistamaan, miltä valmiit tuotteet tulevat näyttämään. Todelliset tuotteet tulevat myyntiin kevään 2016 aikana.

7.1.1 Teksti kuvituksena

Tekstin käyttö julisteissa, korteissa ja muissa sisustustuotteissa on suosittua. Typografiaa käyttämällä voidaan luoda graafinen kuvitus. Suunnittelin merisää-fraaseista tekstiin. Sääasemien nimet sopivat merelliseen teemaan ja ovat markkinoitavissa matkamuistoiksi koko Suomen rannikolla.

Merisää on viisi kertaa päivässä Radio Suomessa luettu säätiedotus veneilijöille, jonka on laatinut Ilmatieteen laitos. Tiedotteessa luetellaan rannikkosääasemilta kerätyt tiedot tuulen suunnasta ja voimakkuudesta, lisäksi osalta asemista ilmoitetaan vallitseva säätila sekä näkyvyys. Merisään jälkeen luetellaan meriveden korkeudet Suomen merialueilta 13 mittauspisteestä sekä merkitsevä aallonkorkeus pohjoisella Itämerellä. (YLE Radio Suomi 2016.)

Merisään kuuntelu kuuluu jokaisen merellä liikkuvan rutiineihin. Jo lapsena opin olemaan hiljaa, kun ukki kuunteli merisäättä. Merisää on harras hetki, kuin runon kuunteleminen. Pidän sanojen soinnusta, niiden tuttuudesta ja mielikuvista joita ne minussa herättävät. *Ulkokalla +17, etelälounas 1, selkeää, 25 kilometriä.*

Kirjaintyyppeihin yhdistetään erilaisia mielikuvia ja niiden luonne vaikuttaa katsojalle välittyvään viestiin. Typografian on tuettava tekstin sanomaa (Brusila 2002, 85).

Merisää-kankaan kuvituksessa on käytetty Balham –kirjasinta rannikon sääasemien nimissä (kuva 12). Balham on päätteetön kirjasin, jonka muoto ja mitasuhteet ovat antiikva-kirjasimelle ominaiset. Tällaista kirjasin –tyyppiä sanotaan humanistiseksi groteskiksi. Humanistiset groteskit kirjasimet ovat luonteikkaampia kuin groteskit niiden paksuusvaihtelun vuoksi (Itkonen 2007, 57, 60).



Kuva 12. Merisää-kankaan kuvitus.

Halusin koreilemattomalla kirjasimella kuvata saaristolaista luonnetta. Balham –kirjasimessa on myös antiikva-kirjasintyyppin tuomaa pehmeyttä. Tämä groteskin ja antiikvan yhdistelmä kuvaa meren ja luonnon molempia puolia, ankaruutta ja lempeyttä. Mielestäni se sopii hyvin merelliseen aiheeseen.

Balham –kirjasimen rinnalle on valittu päätteetön ja selkeä Century Gothic –kirjasin, jolla on kirjoitettu merisää-fraaseja rannikkoasemien nimien lomaan. Fraasit ovat katkelmia säätiedotuksesta ilman lauseen aloittavia isoja alkukirjaimia tai pisteitä. Fraasit on kirjoitettu kursivilla, joka viittaa tekstin olevan puheesta lainattua. Kirjainten eteenpäin kallistuminen kuvaa myös liikettä tai tuulta purjeissa.

Paikannimet ja merisäälainaukset ovat kevyesti erotettu toisistaan käyttämällä koko- ja sävyeroa. Kirjainten värit, sininen ja harmaa, ovat yhteneväiset tuoteperheen muiden värien kanssa. Kirjainten välejä on harvennettu ilmavan tunnelman aikaansaamiseksi.

7.1.2 Valokuvat

Valokuva-aiheina tekstiileissä olen käyttänyt pilviä, lokkeja sekä satamanostureita. Tekstiilituotteet koostuvat koristetyynyistä, keittiöpyyhkeistä ja seinätekstiileistä. Tyynyjen ja keittiöpyyhkeiden koko on 45x45 senttimetriä. Seinätekstiilien koko on 148x148 senttimetriä.

Meriaiheinen tuoteperheeni on värimaailmaltaan sinivalkoinen. Meren ja taivaan sininen sekä pilvien ja lокkien valkoinen liittyvät vahvasti myös suomalaisuuteen. Satamanosturit tuovat kontrastisella mustavalkoisuudellaan ja geometrisillä linjoillaan vastapainoa luontoaiheiden pehmeille kuville.

Lokki on merilintu ja sopii siksi meri-teemaan. Tämä valkoinen lintu selviää kovissa olosuhteissa. Samaa sitkeyttä on vaadittu saariston asukkailta aikanaan. Nykypäivän ihminen hakee meren ja luonnon läheisyydestä vapauden tunnetta. Valkoinen taivaalla liitävä lokki kuvastaa tätä vapautta.

Omassa mielessäni liitän lokit lapsuuden kesiin ja huolettomuuteen. Kymmenvuotias poikani sanoi opinnäyteprojektini ollessa loppusuoralla: "Kiva kun on kevät! Kuulin aamulla lокkien äänet." Juuri lокkien äänten kuuleminen talven hiljaisuuden jälkeen kertoo rannikon asukkaalle meren sulamisesta ja kevään tulosta. Entisaikojen kalastajille se on varmasti merkinnyt myös selviytymistä.

Lokki täyttää noin puolet neliön muotoisesta kuvapinnasta. Lokin asento viittaa liikkeeseen, toisaalta neliön muoto ja rajausta pysäyttävät hetken. Syntyy mielikuva ajan pysähtymisestä, kiireettömyydestä ja rauhasta.

Valkoiset kumpupilvet viittaavat luonnon puhtauteen. Kuten lokit, pilvetkin ovat puhtaan valkoisia, keveitä ja vapaita. Pilvet voivat nostaa ihmisen mieleen tulkinnallisia merkityksiä, jotka liittyvät pilvilinnoihin, unelmointiin ja onnellisuuteen. Kuva on rajattu siten, että valkoinen pilvimassa täyttää lähes koko kuva. Pilvi on leikattu irti alkuperäisestä taustastaan ja liitetty tasavärisen taustaan. Näin pilven muodot korostuvat ja pyöreä muotokieli luo mielikuvan pehmeydestä joka sopii tyynyn kuvitukseen.

Uskon, että lокkien ja pilvien symboliset merkitykset ovat samat kulttuuritaustoista riippumatta.

7.1.3 Puukortit

Halusin käyttää postikorteissa erikoisempaa materiaalia kuin perinteistä paperia. Puu on minulle tuttu materiaali. Olen tehnyt isokokoisia sisustustauluja koivuvanerille. Puu materiaalina sopii vanhojen, historiallisten kuvien taustaksi. Se kuvastaa aikaa, jolloin muovia ei vielä käytetty. Koivuvanerin pinnan aaltoileva kuvio sopii meriteemaan ja pinnan vaaleus toimii hyvänä pohjana kontrastisille mustavalkokuville.

Vanhoja kuvia valitsin Kymenlaakson maakuntamuseon arkistosta. Jotta kuvia voi käyttää kaupallisiin tarkoituksiin, niihin oli ostettava käyttöoikeudet. Museon valtavasta kuvavalikoimasta oli vaikea valita yhtenäinen teema. Päätin käyttää kolmea kuvaa Kotkan lähialueiden saarista. Saaret, jotka esiintyvät puukorteissa ovat Kotkansaari, Haapasaaren Virluoto ja Venäjälle nykyään kuuluva Suursaari. Kaikissa kuvissa on lapsia kesäisissä touhuissaan ja ne voisivat hyvin olla myös tämän päivän lasten leikkejä.

Virluoto-kortissa olevat kalliorannat kiinnostavat matkailijoita. Kuvassa 13 vasemmassa reunassa on havainnekuva puisesta Virluoto-kortista.



Kuva 13. Havainnekuvia puukorteista. Vasemmalla Virluoto- ja oikealla Suursaari-aihe.

Virluoto-kuva voisi kenen tahansa mökkeilijän nykyaikanakin ottama kuva. Olen itse viettänyt kesiä Haapasaarella ja retkeillyt Virluodossa samalla tavalla kuin kuvan lapsi. Sittemmin olen katsellut omien lasteni leikkivän rantakallioilla vaatteet auringon lämmittämällä kivillä kuivumassa. Korostin kuvaan kirjoitettua päiväystä ja paikka-merkintää. Kuva on otettu yli sata vuotta sitten.

Venäjälle kuuluva Suursaari on Suomenlahden ulkosaarista suurin. Se sijaitsee Suomen ja Venäjän välisellä rajavyöhykkeellä 40 kilometrin päässä Kot-

kasta. Suursaari on entinen Suomen kunta ja se kiinnostaa suomalaisia ja sijaintinsa vuoksi etenkin Kotkalaisia. 1920- ja 1930-luvuilla Suursaari oli suosittu matkailukohde kauniine hiekkarantoihin, tanssiravintoloihin ja kasinoineen. Pitkän hiljaiselon jälkeen Suursaari on taas avautumassa Suomalaisille matkailijoille (YLE Uutiset 2016b). Kuvassa 12 oikeassa reunassa on havainnekuva puisesta Suursaari-kortista.

Etsiessäni tuotteisiin sopivia vanhoja kuvia Kymenlaakson maakuntamuseosta, minua auttoi museon tutkija Elvi Ikonen. Hän kertoi myös venäläisten olevan kiinnostuneita Suursaaresta ja siihen liittyvistä tuotteista. Niinpä valitsin yhden puukortin kuvitukseen kuvan vanhasta Suursaaresta. Kuvassa on satama venekuureineen ja purjeveneineen. Venekuurit ovat saaristossa vieläkin samanlaisia. Purjeveneiden malli kertoo selkeästi kuvan olevan vanha. Viruoto-kortin tavoin tässäkin kuvassa on aiheena rannassa leikkiviä lapsia.

Kolmas museokuva on Kotkan vanhasta Kalarannasta, jossa pojat istuvat laiturilla reput selässä merelle katsoen (kuva 14). Merelle lähtö tai siitä haaveilu on tuttua kotkalaiselle. Kuva on kauniisti sommiteltu ja purjeveneet heijastuvat rauhalliseen veteen.



Kuva 14. Havainnekuva Kalaranta-kortista.

Puukortin materiaali, koivu, tulee kauniisti esille kuvien taustalla. Koivu liittyy suomalaisuuteen, on puhdas luonnonmateriaali ja koivuvanerin pinta on elävän kaunis. Turistit arvostavat paikallisia tuotteita ja paikallisuuden avulla on mahdollista edistää myyntiä (Kaitila 2015, 10).

8 MARKKINOINTI

Tamburiini toivoi tuotteisiin yritykseni logoa. Se viimeistelee tuotteen, toimii signeerauksena ja takuuna laadusta. Se kertoo myös ostajalle olevansa osa tuoteperhettä, joka haluaa profiloitua kotimaisena ja paikallisena ympäristöarvoja kunnioittavana yrityksenä.

En halunnut painaa yritykseni logoa kankaaseen. Päätin suunnitella erillisen tuotteeseen ommeltavan merkin, jossa on myös yhteystiedot sekä tuotetiedot ja pesuohjeet (kuva 15). Merkki on 12 millimetriä korkea. Se ei ole liian silmiinpistävä, mutta kääntöpuolen pesuohjeet ovat vielä luettavissa.



Kuva 15. Tuotemerkki ja pesuohjeet.

Tuotteiden markkinointia varten tein kuvaussuunnitelmia varsinaisia tuotekuvia varten. Tuotekuvien tarkoitus on ilmaista merellistä, luonnollista ja kevyttä tunnelmaa. Olen rakentanut kuvat mahdollisimman vähin elementein. Yksinkertaisuus ja luonnonmateriaalit kuvien taustalla riittävät välittämään halutun viestin.

Tyynykuvien taustalla olen käyttänyt kuvaa lautaseinästä, josta olen kuvankäsittelyllä poistanut punertavan sävyn (kuva 16).



Kuva 16. Kuvaussuunnitelma meriaiheisille tyynyille.

Harmaa puu toimii kauniina taustana tyynyille. Harmaa väri on luonnollinen, se tuo mieleen askeettisen mökkielämän ja saariston venekuurit. Lautojen karhea pinta korostaa tyynyjen pehmeyttä. Taustan neutraali harmaa sitoo tyynyjen sinisen sävyt yhteen.



Kuva 17. Merisää-keittiöpyyhkeen kuvaussuunnitelma.

Kuvassa 17 Merisää-keittiöpyyhe on kuvattu yksinkertaista valkoista taustaa vasten. Tässäkin kuvassa on käytetty luonnonmateriaaleja. Taustan rapattu

kiviseinä, puinen pyykkipoika ja hamppunaru muodostavat kauniin väriharmonian. Pelkistetty merisää-teksti erottuu yksinkertaisesta ympäristöstä. Rauhallista tunnelmaa tukee pehmeä valo.

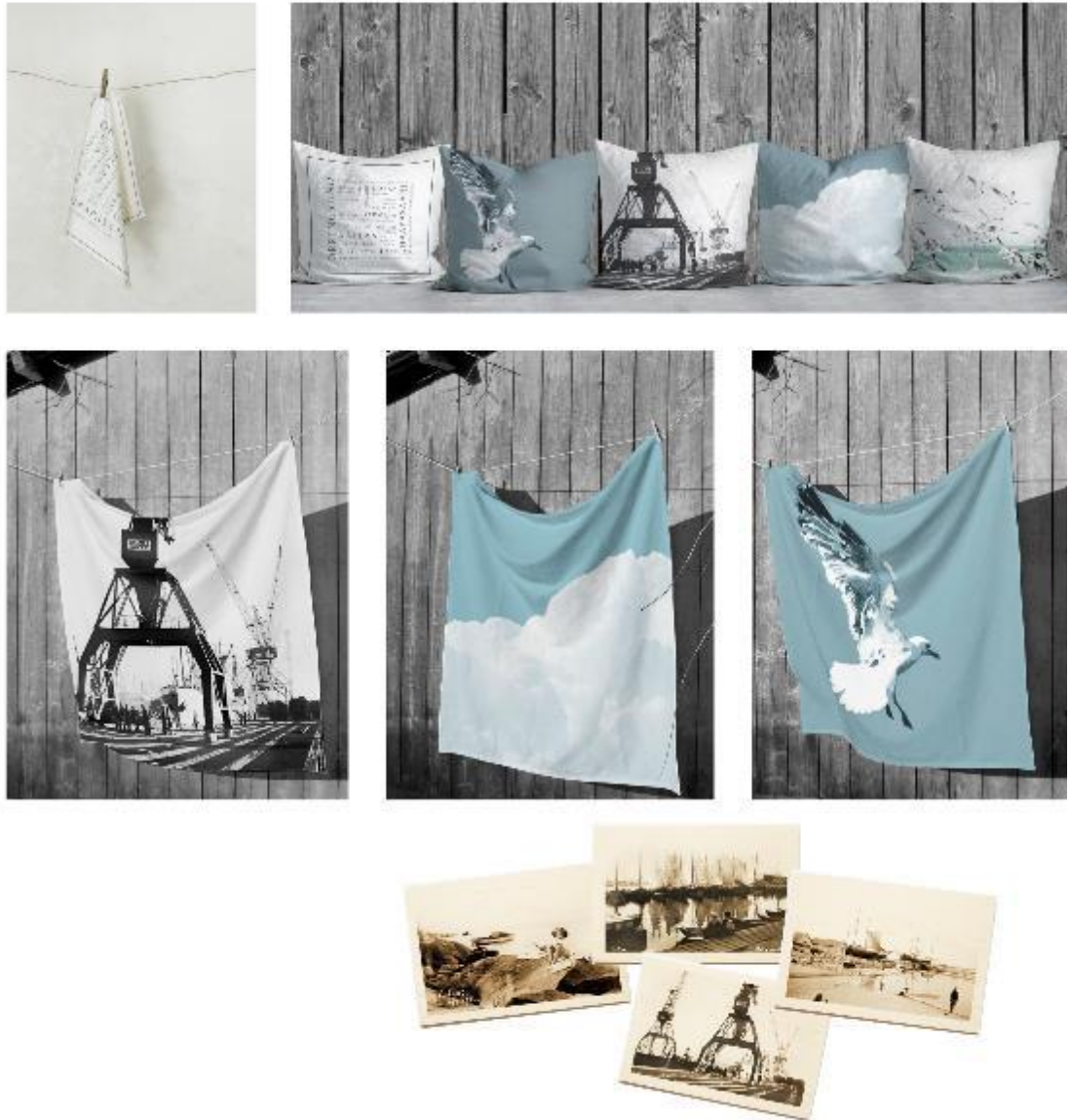


Kuva 18. Kuvaussuunnitelma seinätekstiileille.

Seinätekstiilit kuvataan ulkona auringon valossa (kuva 18). Pyykkinarulle ripustettuna suurikokoisista kankaista saadaan ilmavia kuvia. Taustalla olevasta seinästä on kuvankäsittelyllä poistettu väri. Näin tuote nousee paremmin esille.

Kuvassa 19 nähdään *Muistoja mereltä*-tuoteperhe kokonaisuudessaan. Valikoimaan kuuluu viisi erilaista koristetyynyä, kolme seinätekstiiliä ja yksi keittiöpyyhe. Lisäksi tuoteperheessä on neljä puista postikorttia.

Muistoja mereltä



Kuva 19. *Muistoja mereltä*-tuoteperhe kokonaisuudessaan.

Tuotteissa käytetty kangas on digipainotekniikalla tulostettua puuvillan ja pellavan sekoitusta. Korttien puumateriaali on koivuvaneria.

9 POHDINTA

Projektin tavoitteena oli suunnitella yhteistyöyritykselle, Tamburiinille, sen toivomia tuotteita ja löytää niille kustannustehokas valmistuspolku. Lisäksi halusin omalle yritykselleni uusia tuotteita, jotka soveltuisivat matkamuistoiksi ja sisustustuotteiksi.

Halusin suunnitella uudenlaisia matkamuittoja, jotka erottuisivat perinteisestä stereotyyppisestä ”turistikrääsästä”. Opinnäytetyön aiheen tekee ajankoh-
taiseksi uusien matkailutrendien hyödyntäminen suunnittelussa ja uuden tek-
niikan, digitaalitulostamisen, käyttö tuotteiden toteuttamisessa.

Projektin alku koostui suurelta osalta laskelmien teosta ja koin sen vievän ai-
kaa itse graafiselta suunnittelulta. Opintoihini on kuulunut kuitenkin yrittäjyy-
den opintoja ja koska valmistuttuani aion kehittää yritystäni, kannattavuuslas-
kelmat ovat välttämättömiä.

Graafisen suunnittelijan on hyödyllistä tiedostaa eri tekniikkavalintojen suhde
käytettävissä oleviin valmistusmenetelmiin ja niiden aiheuttamiin kustannuk-
siin. Usein asiakkaalla on hyvin pieni budjetti projektilleen. Tällöin on eduksi,
jos suunnittelijalla on tiedossaan vaihtoehtoisia, edullisempia ratkaisuja ja val-
mistustapoja tuotteille. Valmistusmenetelmät ja materiaalit ovat sidoksissa
myös tuotteiden vastuulliseen tuottamiseen. Suunnittelijan tekemät valinnat
vaikuttavat ympäristöön ja ihmisiin. Nykypäivän tiedostavan kuluttajan osto-
päätökseen vaikuttaa tuotteen ekologisuus.

Tutkimuskysymykseni oli: *Miten suunnitella yhtenäinen ja tyylikäs tuoteperhe
graafisen suunnittelun näkökulmasta kohderyhmä huomioiden?*

Vastaus löytyi matkailualaan ja kohderyhmän toiveisiin tutustumalla. Vallitse-
viin trendeihin perehtyminen auttoi muodostamaan kuvaa, miltä näyttää mo-
derni tuote.

Suunnittelussani tukeuduin graafisen suunnittelun teoriaan ja omiin tuntemuk-
siini hyvästä tyylistä. Olen käyttänyt hyväkseni oppimiani graafisen suunnitte-
lun taitoja ja hakenut lisää tietoa alan julkaisuista.

Graafinen suunnittelu on sopivien keinojen etsimistä viestin esittämiselle sekä
valintojen tekemistä käytettävissä olevien keinojen välillä. Ulkoasuun vaikutta-
vat esimerkiksi käytettävien elementtien muoto, koko, sommittelu ja väri. Vies-
tin ilmaisemiseksi on valittava tarpeelliset keinot, mutta varottava korosta-
masta sanomaa liikaa käyttämällä turhan montaa keinoa yhtäaikaaisesti.

Tyyli syntyy kokonaisuudesta. Tyylikäs ulkoasu on käyttötarkoitukseen sopiva
ja sillä on yhtenäinen visuaalinen muotokieli. Yhteneväisyyttä Muistoja mereltä

–tuoteperheelle olen hakenut käyttämällä kuvituksissa yhteistä teemaa, toisiinsa sointuvia värejä ja muotokieltä. Kuvitus ja typografia noudattavat pelkistettyä selkeää linjaa. Kuvissa yhteistä on ilmavuus.

Tämä uudentyyppinen matkamuistosarja on saanut idean matkailualan nousevasta trendistä, hyvinvointimatkailusta. Aihepiiri viittaa puhtaaseen luontoon ja kiireettömyyteen. Aasiasta tulevat matkaaajat arvostavat puhdasta luontoa ja omaa rauhaa. Näillä luksusmatkailijoilla on rahaa käytössään. Onkin todennäköistä heidän vaativan matkalta muistoksi hankkimaltaan esineeltä laatua ja ”suomalaista designia”.

Oman tuoteperheeni ulkoasuun liittyvillä valinnoilla halusin ilmaista käsitteitä keveys, vapaus, rauha, ja meri. Nämä käsitteet muotoutuivat tuoteperheen teemaksi hankkiessani tietoa kohderyhmästä ja matkailusta. Hankittu taustatieto loi uusia näkemyksiä tuoteperheen suunnittelulle. Ulkomaiset matkailijat ja kotimaan matkailunkehittämishankkeet tuovat uusia mahdollisuuksia kohdentaa tuotteiden suunnittelua.

Mahdollisuus omien kankaiden suunnitteluun on uusi ja tärkeä osaamisalue yritykseni kannalta. Digitaalinen tulostus on menetelmänä muuttamassa tekstiilialaa ja sen myötä koko visuaalinen kulttuuri on muutoksessa. Suunnittelijana ja yrittäjänä olen kiinnostunut uusien tekniikoiden ja materiaalien tuomista mahdollisuuksista. Tulen käyttämään jatkossakin suunnittelemini tuotteiden valmistuksessa oppimiani tekniikoita ja löytämiäni valmistajia. Printtikankaat avaavat uuden oven sisustustuotteiden suunnittelussa yritykselleni.

Myös puulle ja muille erikoisille materiaaleille, kuten esimerkiksi lasille, tulostetut tuotteet voisivat olla tulevaisuudessa yritykseni tuotevalikoimassa. Näiden tuotteiden valmistusmenetelmät tarvitsevat vielä lisää tutkimista, jotta löytäisin taloudellisesti järkevän reitin valmistaa tuotteita.

Tamburiinille suunniteltiin kaksi erilaista koristetyynyä. Molemmista aiheista tehdään myös keittiöpyyhkeitä ja toisesta aiheesta puinen postikortti. Tuotteet tulevat myyntiin Tamburiinin myymälään Kotkaan kevään 2016 aikana. Yhteistyö Tamburiinin kanssa oli hedelmällistä ja innosti minua suunnittelemaan oman tuoteperheen ja painattamaan tarkoitukseen kangasta omalla kuosilla.

Meri-aiheisen tuoteperheen lähtökohtana oli sen myynti matkamuistoksi. Sen innoittaja oli merikaupunki Kotka. En halunnut sitoa tuotteita pelkästään yhteen kaupunkiin, vaan suunnittelin sen toimimaan laajemmin suomalaisten rannikkopaikkakuntien matkamuistona. Tuoteperheen teema pohjautuu omiin nostalgisiin kokemuksiini lapsuuden kesistä ulkomerellä. Lähes jokainen kotkalainen tai Suomen rannikon asukas voi liittyä näihin kollektiivisiin muistoihin mereltä.

Uusi termi, hyvinvointimatkailu, toi lisämakua tuoteperheelle. Saksan matkailumessujen nouseva trendi ”Rauha ja vetäytyminen” on läsnä kangastuotteideni kuva-aiheissa, pilvissä ja kaartelevissa lokeissa taivaalla sekä rauhallisissa väreissä.

Meri-aihe sopii myös sisustamisen trendeihin yleisemmin. Murretut värit sekä jatkuvasti suositut aiheet, kuten merellisyys ja luonto tekevät tuotteista aikaa kestäviä. Mielestäni tuoteperhe on yhtenäinen kokonaisuus ja siitä henkii keveys ja raikkaus. Kuvitustyyli on nykyaikainen ja selkeä.

Puukorttien painopaikka jää vielä selvitettäväksi, mutta kangastilaus on lähtenyt painoon. Meriaiheinen tuoteperhe on tulossa myyntiin keväällä 2016. Tarkoitus on tehdä tuotteille markkinointimateriaalia, jota varten tein kuvaussuunnitelmia. Tuotteeseen olisi hyvä liittää myös esittelyvihkonen, jossa on tuotetietoa ja taustaa tuotteiden suunnittelusta. Mukana voisi olla pieni tuotteeseen liittyvän tarina.

Kuvaussuunnitelma oli helppo koostaa toisiinsa sointuvista kuvista, joita yhdisti värimaailma sekä aiheet. Markkinointikuvien avulla voin lähestyä jälleenmyyjiä ja löytää tuotteilleni uusia myyntikanavia ja laajemman ostajakunnan.

Uusien materiaalien luova käyttö ja uudet ideat tuovat varmasti vielä paljon lisää tuotteita valikoimiini.

LÄHTEET

- Annen soppi. 2016. Verkkokauppa. Saatavissa: <http://www.annensoppi.com/> [viitattu 22.3.2016].
- Briggs-Goode, A. Printed textile design. 2013. Lontoo: Laurence King Publishing Ltd. Saatavissa: https://issuu.com/sh_godesign/docs/printed_textile_design [viitattu 28.2.2016].
- Brusila, R. 2002. Typografia. Kieltä vai visuaalisuutta. Porvoo, Helsinki: WSOY.
- Divaani Blogit. 2016. Trendivärit 2016 ja blogilupaus tammikuuksi. 2.1.2016. Saatavissa: http://divaaniblogit.fi/modernistikodikas/trendivarit-2016-ja-blogilupaus-tammikuuksi/?_ga=1.66218286.122981654.1456659919 [viitattu 27.2.2016].
- Etuovi.com. 2016. Blogi parempaan asumiseen. Sisustustrendit 2016: värit, kulta ja viherkasvit. 21.1.2016. Saatavissa: <http://www.etuovi.com/blogi/2016/01/21/sisustustrendit-2016-varit-kulta-viherkasvit/> [viitattu 27.2.2016].
- Esmeralda's-blog. 2016. Sisustustrendit 2016. 16.1.2016. Saatavissa: <http://esmeraldas.bellablogit.fi/sisustustrendit-2016/> [viitattu 28.2.2016].
- Evitts Dickinson, E. 2013. Interior dialog. Color Photographs 1/2013, 62 – 67. Saatavissa: <http://search.ebscohost.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/login.aspx?direct=true&db=afh&AN=85204612&site=ehost-live> [viitattu 20.3.2016].
- Finpro. 2016. Uutiset. Matkailun kärkihankkeet tavoittelevat satojatuhansia uusia turisteja Suomeen. Saatavissa: http://www.finpro.fi/uutiset/-/asset_publisher/1skL/content/matkailun-karkihankkeet-tavoittelevat-satojatuhansia-uusia-turisteja-suomeen [viitattu 20.3.2016].
- Finto. 2016. Suomalainen sanasto- ja ontologiapalvelu. Kuvakudokset. Saatavissa: <http://www.yso.fi/onto/yso/p2542> [viitattu 20.3.2016].
- Graafinen. 2016. Tietopankki graafikoille – Graafinen suunnittelu, typografia, kuvitus, mainonta ja luovuus. Värijärjestelmät. 17.1.2015. Saatavissa: <http://www.graafinen.com/suunnittelu/varit/varijarjestelmat/> [viitattu 27.2.2016].
- Harju, S. 2013. Opinnäytetyö. Lasten piirustuksista painokankaaksi. Kuosimalliston suunnittelu Lennol Oy:lle. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Muotoilualan yksikkö. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201305209662> [viitattu 27.2.2016].
- Heikkerö, M. 2001. Taiteilijan kuvakirja. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Hobby Hall.fi. 2016. Sisustustyyny, torkkupeitot. 2016. Saatavissa: <https://www.hobbyhall.fi/koti-ja-sisustus/Sisustustarvikkeet-netista/Sisustustyyny-koristetyyny-ja-tyynypaalliset?qclid=CPqKga2eqcsCFcv7cgodO-yoKXA#Odatedesc> [viitattu 5.3.2016].

- Holtari, R. 2009. Turisti lähtee Kotkasta joskus tyhjin käsin. Kymen Sanomat. 3.5.2009. Saatavissa: <http://www.kymensanomat.fi/Online/2009/05/03/Turisti%20l%C3%A4htee%20Kotkasta%20joskus%20tyhjin%20k%C3%A4sin/200937020226/4> [viitattu 5.3.2016].
- Huovila, T. 2006. "Look" – visualisoi viestisi. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. 3. laajennettu painos. Jyväskylä: RPS-yhtiöt.
- Kaakko135. 2016. Miljöö. Haukkavuoren näkötorni, Kotka. Saatavissa: <http://www.kaakko135.fi/miljoot/haukkavuoren-nakotorni-kotka> [viitattu 5.3.2016].
- Kaitila, J. 2015. Opinnäytetyö. Matkamuisto – osa matkaa. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy. Matkailun koulutusohjelma. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2015060211800> [viitattu 21.3.2016].
- Kodin 1-verkkokauppa. 2016. Koristetyyny. Saatavissa: <http://www.kodin1.com/shop/fi/kodin1/koristetyyny?qclid=CNzlxGag-csCFcfcgcod7aYEKA#facet:&productBeginIndex:0&orderBy:0&page-View:grid&minPrice:&maxPrice:&pageSize:&> [viitattu 5.3.2016].
- Loiri, P. & Juholin, E. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Meripäivät. 2016. Meripäivät on Suomen monipuolisin kaupunkifestivaali! Saatavissa: <http://www.meripaivat.com/fi/> [viitattu 13.3.2016].
- Nieminen, J. 2015. Opinnäytetyö: Pakotteiden vaikutus venäläismatkailijoihin KaakkoisSuomessa. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy: Matkailun koulutusohjelma. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201502262608> [viitattu 20.3.2016].
- Paju, T. 2013. Opinnäyte: Digitaaliseen tulostukseen erikoistuneen verkkopalvelun kehittämisprojekti. Aalto-yliopisto ARTS. Taiteen maisteri. Tekstiilitaide. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201412233281> [viitattu 20.3.2016].
- Printscorpio. 2016a. Verkkokauppa. Saatavissa: <http://www.printscorpio.fi/> [viitattu 13.3.2016].
- Printscorpio. 2016b. Ympäristöohjelma. Saatavissa: http://www.printscorpio.fi/index.php?PAGE=11&NODE_ID=11&LANG=1 [viitattu 13.3.2016].
- Radica Textiles, 2016. Installation. Saatavissa: <http://radicatextiles.com/filter/installation/Union-Mill-Installation> [viitattu 20.3.2016].
- Tohmo, H. 2010. Opinnäytetyö: Asiakastyytyväisyystutkimus. Kotka Maretarium Oy, Meripuoti. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu: Tuotekehityksen koulutusohjelma. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201005108565> [viitattu 28.2.2016].
- Tutkimus- ja Analysointikeskusikeskus TAK Oy. 2015. Kotkan Meripäivien kävijäkysely 2015. Kotkan kulttuuriasiainkeskus. Saatavissa: <http://www.meripaivat.com/fi/Ajankohtaista/2016/02/24/64> [viitattu 21.3.2016].

Urban Outfitters-verkkokauppa. 2016. Tapestries. Saatavissa: <http://www.urbanoutfitters.com/urban/catalog/productdetail.jsp?id=34876136&color=010#/> [viitattu 13.3.2016].

Vallius, A. Naivismi. 2016. Taidehistorian aikajana. Jyväskylän yliopisto. Taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/taiku/taidehistorian-aikajana/modernismi/1800-luvun-modernismi/naivismi> [viitattu 27.2.2016].

Visit Finland. 2016a. Matkailulla on yhä suurempi merkitys Suomen kansantaloudelle. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/matkailun-taloudelliset-vaikutukset/> [viitattu 13.3.2016].

Visit Finland. 2016b. Matkailijat määrittelevät ylellisyyden uudelleen – Suomi vetoaa askeettisella luksuksella. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/news/matkailijat-maarittelevat-ylellisyyden-uudelleen-suomi-vetoaa-askeettisella-luksuksella/> [viitattu 21.3.2016].

Visit Finland. 2016c. Merellinen saaristo ja Firelax-kasvuohjelmat lanseerattiin Saksan markkinoille Berliinin ITB-messuilla. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/news/merellinen-saaristo-ja-finrelax-kasvuohjelmat-lanseerattiin-saksan-markkinoille-berliinin-itb-messuilla/> [viitattu 21.3.2016].

Visit Finland 2016d. Visit Finland. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tama-on-visit-finland/> [viitattu 21.3.2016].

YLE Radio Suomi. 2016. Merisää. 27.2.2016. Saatavissa: http://yle.fi/vintti/yle.fi/RS/merisaa_1584992.html [viitattu 27.2.2016].

YLE Uutiset. 2016a. Kotimaa. Venäläismedia: Rajalla sijaitseva Suursaari avataan veneilijöille ensi kesänä. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/venalaismedia-rajalla-sijaitseva-suursaari-avataan-veneilijoille-ensi-kesana/8121509> [viitattu 21.3.2016].

YLE Uutiset. 2016b. Pirkanmaa. Pirkanmaa ei näy matkamuuistoissa. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/pirkanmaa-ei-nay-matkamuuistoissa/5567245> [viitattu 27.2.2016].

YLE Areena. 2016. Ylen aamu-tv. Suomeen halutaan lisää luksusmatkailijoita. Saatavissa: <http://areena.yle.fi/1-3369491> Viitattu [22.3.2016]

KUVALUETTELO

Kuva 1. Sarah Templinin suunnittelemat kangaspaneelit. Union Mill Installation - RADICA TEXTILES 2016.

Kuva 2. Viitekehys opinnäytetyölle. Färlin, M. 1.3.2016.

Kuva 3. Kuvituskokeiluja yhtä painoväriä varten. Färlin, M. 17.2.2016.

Kuva 4. Kuvitukseen käytettyjen värien lukumäärä lisääntyy vasemmalta oikealle. Färlin, M. 27.2.2016.

Kuva 5. Hyväksytty versio Vesitorni-tyynyn kuvitukseksi. Färlin, M. 1.3.2016.

Kuva 6. Mallikokeiluja Vesitorni-tyynystä. Färlin, M. 5.3.2016.

Kuva 7. Kaupungintalo-tyynyn mallikappale ja värikokeilu. Färlin, M. 17.3.2016.

Kuva 8. Painotalon näytetulosteen vastaavuus digitaalisen tiedoston kanssa. Färlin, M. 17.3.2016.

Kuva 9. Rakennus-kuvien näytetulosteet vastasivat odotuksia. Färlin, M. 17.3.2016.

Kuva 10. Havainnekuvat valmiista rakennuskuva-tyynyistä. Färlin, M. 20.3.2016.

Kuva 11. Meriaiheisen tuoteperheen kuvia. Färlin, M. 20.3.2016.

Kuva 12. Merisää-kankaan kuvitus. Färlin, M. 17.3.2016.

Kuva 13. Havainnekuvia puukorteista. Vasemmalla Virluoto- ja oikealla Suursaari-aihe. Färlin, M. 27.3.2016.

Kuva 14. Havainnekuva Kalaranta-kortista. Färlin, M. 27.3.2016.

Kuva 15. Tuotemerkki ja pesuohjeet. Färlin, M. 27.3.2016.

Kuva 16. Kuvaussuunnitelma meriaiheisille tyynyille. 27.3.2016.

Kuva 17. Merisää-keittiöpyyhkeen kuvaussuunnitelma. Färlin, M. 27.3.2016.

Kuva 18. Kuvaussuunnitelma seinätekstiileille. Färlin, M. 27.3.2016.

Kuva 19. *Muistoja mereltä*-tuoteperhe kokonaisuudessaan. Färlin, M. 27.3.2016.