

Nina Tolvanen

## **Sisustustekstiilimallisto Lennol Oy:lle**

Trendikausi kevät/kesä 2017

Opinnäytetyö

Kevät 2016

SeAMK Kulttuuri

Muotoilun Tutkinto-ohjelma

**SeAMK** 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuuri ja liiketalous

Tutkinto-ohjelma: Muotoilu

Suuntautumisvaihtoehto: Lifestyle-muotoilu

Tekijä: Nina Tolvanen

Työn nimi: Sisustustekstiilimallisto Lennol Oy:lle

Ohjaaja: Jaana Liukkonen

Vuosi: 2016

Sivumäärä: 56

Liitteiden lukumäärä: 6

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella sisustustekstiilimalliston tuotteisiin sopivia kuoseja Lennol Oy:lle trendikaudelle kevät/kesä 2017. Trendiennusteissa käytettiin Global Color Research:in julkaisemia trendiennustevärikarttoja.

Tiedonhankintamenetelmänä käytettiin Webropol-kyselyä. Kysely sisälsi strukturoituja ja monivalintakysymyksiä. Kyselyssä kartoitettiin kuluttajien mieltymyksiä eri väriin ja kuvioihin. Suunnittelussa yritettiin yhdistää kyselyn tuloksia, asiakkaan mieltymyksiä sekä trendiennusteista saamaani tietoa.

Suunnitelmaa varten perehdyttiin Global Color Research:in trendiennusteisiin keväälle/kesälle 2017. Mallistoa varten tehtiin 3 inspiraatiotaulua, kolmen eri väriyhmän ja tyyli suunnan perusteella. Niistä asiakas valitsi yhden, jota lähdettiin työstämään eteenpäin. Inspiraatiotaulut ovat miellekarttoja, jotka tekijä on luonut trendiennusteiden pohjalta.

Tiedonhankinnan ja kerätyn aineiston perusteella suunniteltiin mallisto, jota asiakas voi käyttää valmistamissaan sisustustekstiileissä.

Avainsanat: kuosi, kuosisuunnittelu, trendit

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **Thesis abstract**

Faculty: Business and Culture

Degree programme: Design

Specialisation: Lifestyle design

Author/s: Nina Tolvanen

Title of thesis: Design of a pattern collection for Lennol Oy

Supervisor(s): Jaana Liukkonen

Year: 2016      Number of pages: 56      Number of appendices: 6

---

The aim of the thesis was to design a pattern collection for the trend season of spring/summer 2017 for Lennol Oy. The collection was designed for interior textiles. The thesis used trend forecasting done by Global Color Research.

A Webropol online survey was used for data acquisition. For the collection, three different mood boards were prepared, each of which represented three different style and color choices. The client chose their favorite, which was used as the basis for designing the collection. The mood boards had been created by the author based on the trend forecasts.

Based on data acquisition and the collected material, a collection was designed for use in interior textiles manufactured by the client.

Keywords: pattern, pattern design, trends

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	9
1 JOHDANTO.....	10
1.1 LENNOL OY.....	10
2 MIKÄ SAA TRENDIT VAIHTUMAAN JA KUINKA NE VOIDAAN ENNAKOIDA?.....	12
2.1 Heikko signaali.....	12
2.2 Trendi käsitteenä.....	13
2.3 Megatrendi.....	13
2.4 Muotitrendien ennustaminen ja syntyminen tekstiiliteollisuudessa.....	13
3 TRENDIENNUSTE KEVÄT JA KESÄ 2017.....	15
3.1 Väriryhmä Candy.....	15
3.2 Väriryhmä X-Ray.....	16
3.3 Väriryhmä Glitch.....	16
3.4 Väriryhmä Ground.....	17
3.5 Kevään ja kesän 2017 tuulia.....	18
3.5.1 Linnut.....	18
3.5.2 Nahka.....	19
4 KOHDERYHMÄN TOIVEIDEN KARTOITUS.....	21
4.1 Kyselyn runko.....	21
4.2 Kyselyn vastausten analysointi.....	21
4.2.1 Taustatietoa.....	22
4.2.2 Mieltymykset.....	23
4.3 Kyselyn yhteenveto.....	28
5 STOCKHOLM FURNITURE AND LIGHT FAIR 2016.....	29
6 SUUNNITTELUPROSESSI.....	35

6.1 Ideointi .....	35
6.2 Luonnostelu .....	37
6.3 Valitut ideat .....	42
6.4 Ideoiden eteenpäin vienti ja esittely asiakkaalle.....	45
6.4.1 Pitsiverho .....	46
6.4.2 Painomenetelmät.....	47
6.5 Asiakkaan kommentit.....	48
6.6 Lopullinen mallisto .....	48
7 YHTEENVETO JA POHDINTA .....	49
LÄHTEET .....	51
LIITTEET .....	53

## Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo

Kuva 1. Tyyli 1 (Arredare un appartamento per single 2016).....	25
Kuva 2. Tyyli 2 (Miia 2011). .....	26
Kuva 3. Tyyli 3 (Raissi 2015). .....	26
Kuva 4. Tyyli 4 (Интерьер в стиле винтаж 2013).....	27
Kuva 5. Tyyli 5 (Kukkis 2014).....	27
Kuva 6. Lamppujen kannattimet, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016. ....	29
Kuva 7. Sängyn yksityiskohta, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016. ....	30
Kuva 8. Materiaalien yhdisteleminen, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016. .....	31
Kuva 9. Materiaalien yhdisteleminen 2, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016. .....	31
Kuva 10. Jalkojen muotokieli, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016. ....	32
Kuva 11. Jalkojen muotokieli 2, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016. ....	33
Kuva 12. Kalusteiden muotokieli, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.....	33
Kuvio 1. Candy väriyhmä (Global Color Research 2015a, 41).....	15
Kuvio 2. X-ray (Global Color Research 2015a, 59). .....	16
Kuvio 3. Glitch (Global Color Research 2015b, 41). .....	17
Kuvio 4. Väriyhmä Ground. (Global Color Research 2015b, 59). .....	18
Kuvio 5. Ikäjakautuma.....	22
Kuvio 6. Kiinnostuksen määrä sisustamiseen. ....	22

Kuvio 7. Ostokäyttäytyminen.....	23
Kuvio 8. Aihemieltymykset. ....	24
Kuvio 9. Kokomieltymykset. ....	24
Kuvio 10. Värimieltymykset.....	25
Kuvio 11. Candy inspiraatiotaulu.....	35
Kuvio 12. X-ray inspiraatiotaulu. ....	36
Kuvio 13 Glitch inspiraatiotaulu.....	37
Kuvio 14. Luonnoksia.....	38
Kuvio 15. Luonnoksia.....	38
Kuvio 16. Luonnoksia.....	39
Kuvio 17. Luonnoksia.....	40
Kuvio 18. Luonnoksia.....	40
Kuvio 19. Luonnoksia.....	41
Kuvio 20. Luonnoksia.....	41
Kuvio 21. Jatkokehittelyyn valittu idea. ....	42
Kuvio 22. Jatkokehittelyyn valittu idea. ....	43
Kuvio 23. Jatkokehittelyyn valittu idea. ....	43
Kuvio 24. Jatkokehittelyyn valittu idea. ....	44
Kuvio 25. Jatkokehittelyyn valittu idea. ....	44
Kuvio 26. Jatkokehittelyyn valittu idea. ....	45
Kuvio 27. Lopulliset ideat. ....	46

Taulukko 1. Sisutustyylien järjestäminen paremmuus järjestykseen.....	28
---	----



## Käytetyt termit ja lyhenteet

<b>Shagreen</b>	Värjäämätön hain tai rauskun nahka.
<b>Ikat</b>	värjäysmenetelmä, jossa kudokseen käytettävät langat värjätään etukäteen niin, että ne kudottaessa muodostavat tietynlaisia kuvioita.

# 1 JOHDANTO

Teen opinnäytetyökseni sisustustekstiilimalliston Lennol Oy:lle, joka on suomalainen sisustustekstiilejä sekä pehmusteita huonekaluteollisuudelle suunnitteleva ja valmistava, vuonna 1967 perustettu yritys Jalasjärveltä. Tuotteita myyvät huonekaluliikkeet, käsityöliikkeet, sisustusliikkeet ja tavaratalot Suomessa, Ruotsissa, Venäjällä ja Baltian maissa. Heidän tuotteitaan myydään tällä hetkellä myös Saksan ja Puolan Amazon-verkkokaupoissa.

Tavoitteenani on suunnitella nuorille aikuisille kohdennettu, kevyt ja raikas sisustustekstiilimallisto trendikaudelle kevät/kesä 2017. Lennol Oy:n tyyli on tyylikäs, ajaton ja arvokas. Tämä tyyli sopii hienosti aikuiselle ja kypsemmälle asiakaskunnalle, mutta nuorille aikuisille ei heillä tällä hetkellä oikein ole tuotteita, joten he toivoivat minun korjaavan asian.

Tutkin opinnäytetyössäni trendiä käsitteenä ja sitä miten trendien kiertokulku toimii heikosta signaalista megatrendeihin. Tutkin myös trendien ennustamista ja sen merkitystä tekstiiliteollisuudessa niin valmistajien kuin suunnittelijoidenkin näkökulmasta. Selvitän kesän 2017 trendivärejä Global Color Researchin tekemien ennusteiden perusteella ja kysyn kohderyhmältäni heidän mieltymyksiään.

## 1.1 LENNOL OY

Lennol Oy on noin 20 henkeä työllistävä yritys. Heidän toimintansa perustuu kilpailukykyiseen kotimaiseen tuotantoon, kokemukseen, osaamiseen sekä uusimman teknologian hyödyntämiseen. Perusarvoina heillä on aina ollut kierrätyksen ja ympäristöystävällisyyden huomioiminen valmistuksen eri vaiheissa. He ovat kehittäneet näiden arvojen pohjalta muun muassa uuden ekologisen ECO-pehmuste tuotesarjan. (Lennol Oy [viitattu 3.2.2016].)

Lennol Oy:llä on Avainlippu-tunnuksen käyttöoikeus sekä Design From Finland-merkki. Vuonna 2009 heille myönnettiin tasavallan presidentin INNOSUOMI 2009-palkinto teemalla ”PET-pulloista huonekalupehmusteita”. Lennol Oy on myös kehittänyt ja tuonut markkinoille kierrätysmateriaalista valmistetut huonekalupehmusteet

ECOSOFT ja ECOSEAT-tuotteet. Lennol Oy on tunnettu laadukkaista tuotteista sekä tinkimättömän tyylikkäästä designista. He valmistavat aikaansa seuraavia ja tyylikkäitä tuotteita yhteistyössä suomalaisten huippusuunnittelijoiden kanssa. (Lennol Oy [viitattu 3.2.2016].)

## 2 MIKÄ SAA TRENDIT VAIHTUMAAN JA KUINKA NE VOIDAAN ENNAKOIDA?

Tekstiiliteollisuudessa muotitrendien ennustaminen on hyvin tärkeässä roolissa. Valmistajien ja suunnittelijoiden on oltava kokoajan tietoisia, mitä trendejä on tulossa ja mitkä ovat hiipumassa, jotta voivat tarjota kuluttajille ajanmukaisia tuotteita.

Niin kuin monessa asiassa, myös sisustustekstiileissä vaihtuvat trendit. Mutta mikä saa trendit vaihtumaan ja kuinka ne voidaan ennakoita? Kuinka heikoista signaaleista syntyy trendejä ja jopa megatrendejä?

### 2.1 Heikko signaali

Kun puhutaan heikosta signaalista, sillä tarkoitetaan: ”ilmiöitä, jotka ovat oraalla ja joilla ei yleensä ole historiaa, trendiä tai muuta selvästi tunnistettavaa menneisyyttä, mutta jotka voivat tulevaisuudessa muodostua aivan keskeisiksi ilmiöiksi ja vaikuttajiksi.” (Mannermaa 1999, 223.)

Heikkojen signaalien sisältöä ei voida määritellä yksiselitteisesti, se tekee niistä erittäin vaikeita havaita. Heikot signaalit voivat olla minkälaisia vaan ja sijaita missä vaan. Heikot signaalit ovat kuitenkin ensimmäisiä viitteitä tulevista trendeistä ja alkusysäyksiä niille. (Linturi 2003.)

Voisin kuvitella, että heikkojen signaalien huomaaminen tai huomaamatta jättäminen on erittäin kriittistä varsinkin tekstiiliteollisuudessa, jossa trendit vaihtuvat nopeasti. Jos jokin heikko signaali, joka muuttuukin trendiksi eli muodiksi, jää huomaamatta voi se tarkoittaa isoja tappioita valmistajille.

## 2.2 Trendi käsitteenä

Trendiksi kutsutaan kehityssuuntaa, johon pitkällä ajanjaksolla tarkasteltava ilmiö on menossa. Trendeillä on selkeä ja hahmotettava kehityssuunta ja niiden historia on suhteellisen helppo jäljittää. (Rubin 2005.)

Esimerkiksi sisutuksessa sekä tekstiiliteollisuudessa trendi voi tarkoittaa niitä tyyli-suuntia, joita sillä hetkellä suositaan tai jotka ovat nousemassa. Esimerkiksi viimevuosina suuressa nosteessa ollutta maalaisromanttista sisutustyyliä voidaan kutsua sen hetkiseksi trendiksi sisustussuunnittelussa.

## 2.3 Megatrendi

Megatrendillä tarkoitetaan yksittäistä ilmiötä tai trendien joukkoa, jotka määrittelevät tulevaisuuden suunnan. Trendin ja megatrendin ero on se, että megatrendinä voidaan pitää ilmiötä, joka kuvaa kehityksen suurta linjaa, eli aaltoa, joka pitää sisällään globaalien tason vaikutuksia ja alailmiöitä. Megatrendiä ei voida määrittellä tarkastelemalla yksittäisiä ilmiöitä, vaan se on makrotason ilmiöiden ja tapahtumien laaja kokonaisuus. Megatrendi sisältää useita alailmiöitä, jotka ovat erilaisia ja jopa toisilleen vastakkaisia, mutta niistä muodostuvasta kokonaisuudesta voidaan nähdä kehityssuunta, jonka uskotaan jatkuvan samanlaisena tulevaisuudessa. (Rubin 2005.)

## 2.4 Muotitrendien ennustaminen ja syntyminen tekstiiliteollisuudessa

Nuutisen (2004, 96) mukaan muotitrendien ennustaminen on sekä taidetta että tiedettä. Taidetta siksi, että ennusteet tehdään intuition, hyvän arviointikyvyn sekä aiemman kokemuksen perusteella. Tieteeksi se muodostuu sen takia, että ennustuksissa käytetään erilaisia analyyttisiä käsitteitä sekä menetelmiä, joilla voidaan analysoida tulevia tapahtumia systemaattisesti.

Nuutinen (2004, 96) kirjoittaa myös, että perinteiset muotitrendit ovat kaupallisten trenditalojen ja analyytikkojen tekemiä, luotettavien menetelmien avulla tutkittua tietoa tulevaisuudesta. Trenditalot ja analyytikot esittelevät tutkimuksiaan valmistajille,

sisäänostajille sekä jälleen myyjille. Nämä tutkimukset auttavat heitä tuottamaan ja valmistamaan muotia, värejä ja tyylejä, jotka ovat muodissa tulevalla sesongilla. Kuitenkin loppujen lopuksi päätösvalta on kuluttajalla, hän voi joko ostaa tai jättää ostamatta.

Massamuodin tulevaisuuden suuntia analysoidaan paljon huippumuotisuunnittelijoiden muotinäytöksissä, joissa he esittelevät edelläkävijäkoelmiaan eli näkemyksiään tulevaisuudesta. Teollisten vaatesuunnittelijoiden luomat trendit perustuvat osin juuri näihin huippumuotitrendeihin sekä omaan intuitiivisiin näkemyksiin oman kohde-ryhmänsä kuluttajien tarpeista. (Nuutinen 2004, 96.)

Suunnittelijoiden ja trenditoimistojen luomien trendien lisäksi voidaan mainita kuluttajien luomat trendit. Vaikka nämä trendit perustuvat yksilölliseen ilmaisuun ja kekeellisuuteen, ovat nämä alatrendit tai trendiväännökset merkittäviä. Merkittäviä niistä tekee se, että ne toimivat uusina ideoina trendiennustajille sekä suunnittelijoille. (Nuutinen 2004, 96–97.)

### 3 TRENDIENNUSTE KEVÄT JA KESÄ 2017

Monet tahot tutkivat trendejä ja ennustavat sitä ja kaikilla on oma näkemyksensä tulevaisuudesta. Käytän suunnittelussani lähteenä Global Color Research yhtiön tekemää trendiennustetta. Valikoin tämän lähteekseni koska Lennol Oy:n suunnittelijat käyttävät myös tätä julkaisua. Global Color Research on koontanut neljä väriyhmää kevät ja kesä 2017-trendikaudelle. (Global Color Research 2015a; Global Color Research 2015b.)

#### 3.1 Väriyhmä Candy

Ensimmäinen väriyhmä Global Color Researchin ennusteessa on nimeltään Candy (Kuvio 1). Candyyn sokeriset sävyt saavat aikaan erikoisen paletin toisiinsa törmäileviä värejä, jotka ovat täynnä iloa ja rohkaisevat yhdistelemään tyylejä. Tekstiileissä ja kuvioinneissa käytetään monenlaisia tilkkutöitä ja kirjailuja, jotka antavat kuvan maksimaalisesta ja tekstuurimaisesta vaikutelmasta, höyhenet ja helmikirjailut lisäävät syvyyttä tekstiileihin. Kirkasta, kiiltävää ja värikästä, Candyyn materiaalit haluavat herättää huomiota. (Global Color Research 2015a, 37–39.)



Kuvio 1. Candy väriyhmä (Global Color Research 2015a, 41).

### 3.2 Väriryhmä X-Ray

Toinen väriryhmä on nimeltään X-ray (Kuvio 2), joka on kevyt ja minimalistinen. Tämä väriryhmä riisuu kaiken ylimääräisen ja keskittyy rakenteisiin ja muotoon. Väriryhmällä on säteilevä olemus, se tutkii värien luminenssia sekä materiaalien puhtautta. X-Ray-tyyliin kuuluu ultra ohuita materiaaleja, hienoja verkkoja, läpinäkyviä pintoja sekä ohuita tekstiileitä. Todella kevyisiin ja ilmaviin kankaisiin on kudottu metallilankoja antamaan yllättävää jäykkyyttä ja säteilevää kiiltoa. (Global Color Research 2015a, 57.)



Kuvio 2. X-ray (Global Color Research 2015a, 59).

### 3.3 Väriryhmä Glitch

Glitch väriryhmä on kokeellinen ja positiivinen asenteeltaan (Kuvio 3). Tämä trendi tutkii toimintahäiriöiden estetiikkaa tuoden ne eloon fyysiseen ympäristöön matkien digitaalisia häiriöitä. Glitch trendi on inspiroitunut informaation ja kaavojen virheistä,



jotka ovat luotu tarkoituksenmukaisista epäkohdista. Ne vaikuttavat satunnaisilta, mutta ovat oikeasti tarkkaan harkittuja. (Global Color Research 2015b, 37–39.)



Kuvio 3. Glitch (Global Color Research 2015b, 41).

### 3.4 Väriryhmä Ground

Ground väriryhmä yhdistelee karkeaa, luonnosta löytyvää tekstuuria hienostuneeseen ja ylelliseen käsityöhön (Kuvio 4). Tämä trendi vetoaa mukavuudenhaluun ja perhekeskeisyyteen. Ground väriryhmän materiaalit ovat juurtuneet luontoon. Organisia materiaaleja on taitavasti työstetty luoden aistillisen tasapainon kovan ja pehmeän välille. Lämpimän värisiä taljoja ja nahkoja on kudottu, ommeltu sekä työstetty, mutta reunat ovat jätetty käsittelemättä, jotta materiaalin alkuperä ei unohtuisi. (Global Color Research 2015b, 55–63.)



Kuvio 4. Väriryhmä Ground. (Global Color Research 2015b, 59).

### **3.5 Kevään ja kesän 2017 tuulia**

Mix Magazinessa on erilaisia esseitä ja artikkeleita koskien tulevaisuuden trendejä. Kerron seuraavaksi kahdesta mielenkiintoni herättäneestä kirjoituksesta, jotka löysin lukiessani kyseisiä teoksia. Kaksi isoa trendiä ovat linnut sekä nahka. (Global Color Research 2015a; Global Color Research 2015b.)

#### **3.5.1 Linnut**

Kingswell (2015) kirjoittaa MIX Magazinessa esseessään harakoista, siitä miten ne ovat saaneet maineen viekkaina varastelijoina, vaikka on todistettu, etteivät harakat ole lainkaan kiinnostuneita tavaroiden keräilystä. Hänen mukaansa harakat aiheena kuvaavat paljon enemmän ihmisten omaa pakkomiellettä keräillä ja yhdistellä tavaroita ”muuten vain”. Hän lainaa esseessään Jean Enselliä, joka kertoi olevansa rakastunut ideaan, että ihmisistä on tulossa jonkinlaisia visuaalisia harakoita, jotka keräävät ja hamstraavat omituisuuksia.

Global Color Research (2015a, 29) kirjoittaa lehdessään kevään ja kesän 2017 tulevista trendeistä, yksi niistä on linnut. Linnut aiheena ovat esimerkiksi todistetusti muodikkain ja universaalein kuvio, jota on käytetty tapeteissa, kertoo lehteen haastateltu Nina Tarnowski. Lintuja on käytetty viimevuosina todella paljon. Esimerkiksi kevään ja kesän 2016 trendissä linnut esiintyvät trooppisissa väreissä ja viidakko teemassa.

Kevään ja kesän 2017 trendi jatkaa lintuteemaa, mutta tyyli muuttuu abstraktimmaksi ja inspiroituu lentävistä linnuista. Global Color Research (2015a, 29) ennustaa, että lintuja tullaan näkemään enemmän juuri liikkeessä ja pelkistettynä melkein abstraktiksi kuvioinniksi, sellaiseksi mitä opittiin piirtämään lapsena. Trooppiset linnut inspiraation kohteena vaihtuvat Englannin maaseutuun, joten tulemme näkemään harakoita, pääskysiä ja sinitiaisia.

### **3.5.2 Nahka**

Toisena suurena teemana Global Color Research (2015b, 29) esittelee nahan käytön sisustuksessa. Artikkelissa kerrotaan nahan olevan monella tapaa kuin puu, materiaali, jonka suunnittelijat mielellään valitsevat käytettäväksi materiaaliksi. Nahka on hyvin monikäyttöinen, se soveltuu moniin käyttötarkoituksiin ja yksityiskohtiin. Koska nahka on luonnonmateriaali, se on lämmin sekä pehmeä ja rauhoittava kosketukselle. Nahka myös ikääntyy kauniisti ja siihen tulee mahtava patina ajan kuluessa.

Muina syinä nahan suosioon Global Color Research (2015b, 29) kertoo uusien tekniikoiden synnyn. hienostuneiden parkitusmenetelmien avulla valkoisesta nahasta saadaan valkoisempaa, digitaalinen paino, laserilla leikkaaminen sekä pitsi efektit nostavat suosiotaan. Kohokuvioidun nahan suosio on myös noussut paljon.

Verhoiluissa nähdään Global Color Researchin (2015b, 29) mukaan käsittelemättömiä reunoja sekä luonnollisia mattoja sävyjä, kun taas ennen verhoiluissa perinteisesti käytetyt nahan värjättiin ja niissä oli vahamainen viimeistely. Toisaalta taas myös värjättyt nahat ovat myös nousussa. Pastellin sävyt (vaalean sininen, vaalea

roosa sekä beige) sekä vahvemmat sävyt kuten Camparin punainen sekä pullovihreä ovat tulossa erittäin suosituiksi. Myös liskon nahka, shagreen, geometriset kuvioinnit sekä kultaiset laminoinnit ovat suosiossa.

## 4 KOHDERYHMÄN TOIVEIDEN KARTOITUS

Internet-kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa kohderyhmän väri- ja kuviomieltymyksiä käyttäen pohjana trendiennustetta. Vastausten perusteella päättelin myös kuosien aihe- sekä kokomieltymyksiä.

Kysely-tutkimuksella on tarkoitus saada kyselyyn vastanneelta joukolta vastauksia samoihin kysymyksiin. Kysely-tutkimukseksi kutsutaan sitä, että tutkitaan suurehkoa rajattua kohderyhmää tai vain, että tutkija käyttää kyselymenetelmää. Tavallisesti kysymys on molemmista. Kysely-tutkimukseen käytetään kyselylomaketta, minkä takia kyselyyn liittyvien muuttujien määrää ja sisältöä joudutaan miettimään tarkkaan. Kysymyksiin pitäisi pystyä vastaamaan yksiselitteisesti ja empimättä. (Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen, [viitattu 15.4.2016].)

Internet-kysely sopii tutkimuksen tiedonkeruuseen ja tutkimukseen, jossa vastaajat saavat valikoitua vapaasti. Avoimessa kyselyssä kaikki pääsevät vastaamaan kyselyyn. Internet-kyselyn käyttö antaa mahdollisuuksia kehittää tutkimuksen tiedonkeruumalleja sekä mahdollistaa rajapinnan liittämisen sosiaaliseen mediaan, kuten Facebookiin ja Twitteriin. (Verne. [viitattu:11.3.2016].)

### 4.1 Kyselyn runko

Tein kyselyn Webropol-ohjelmalla ja jaoin sen Facebook-seinälläni. Aloitin kyselyni (liite 1) kysymällä vastaajien ikää ja sukupuolta. Seuraavaksi lähdin kartoittamaan vastaajien kiinnostusta sisustamiseen sekä sisustustekstiilien ostotottumuksia. Sitteen kysyin mieltymyksiä kuviointien aiheista sekä koosta ja toistuvuudesta. Lopuksi pyysin vastaajia valitsemaan käyttämäni trendiennusteen väriyhmistä mieluisimman sekä järjestämään erilaiset sisutustyylit paremmuusjärjestykseen.

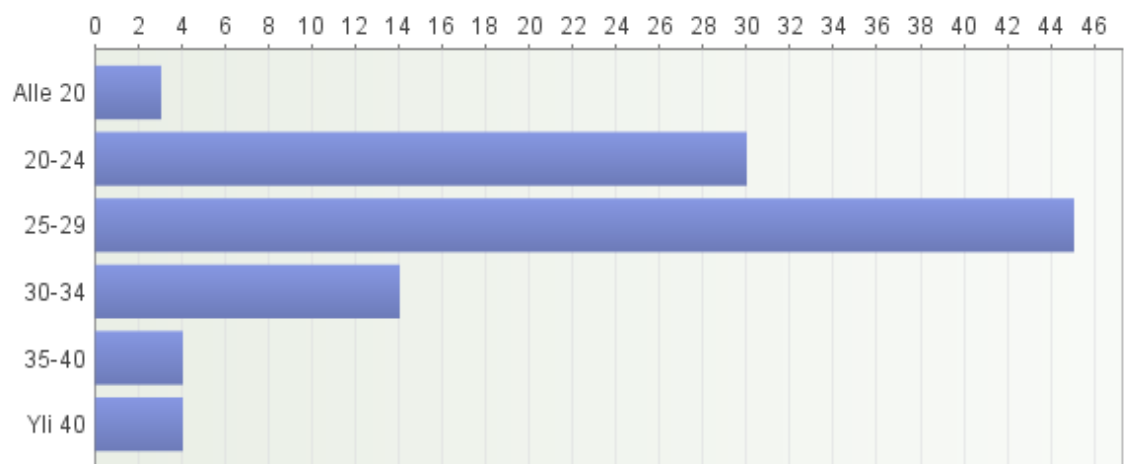
### 4.2 Kyselyn vastausten analysointi

Kysely oli auki viikonlopun yli ja vastaajia kertyi tasan 100. Kyselyn vastaukset käydään läpi siinä järjestyksessä, jossa ne tulivat kyselyssä. Ensimmäiseksi käydään

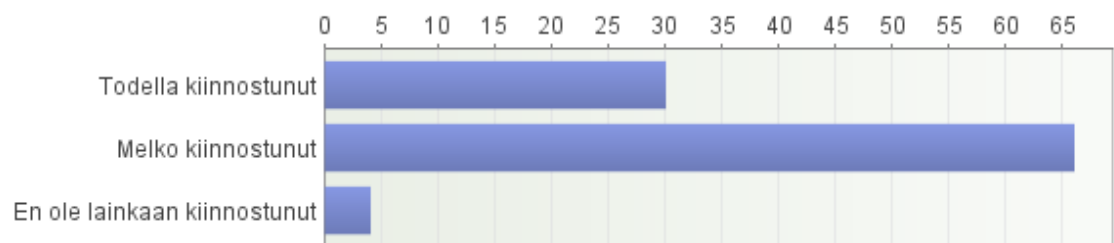
läpi taustatiedot, joihin kuuluivat ikä, sukupuoli ja kiinnostuksen taso sisustukseen. Seuraavaksi tulee mieltymyksiä kartoitus ja lopuksi yhteenveto kyselyn vastauksista.

#### 4.2.1 Taustatietoa

Ikäryhmistä vahvimmin edustettuna olivat 20–24 ja 25–29-vuotiaat (Kuvio 5). Miesten ja naisten jakauma oli myös hyvin selkeä, koska miehiä kyselyyn vastanneista oli vain 12 %. Vastaajista 30 % oli erittäin kiinnostunut sisustamisesta, 66 % melko kiinnostuneita ja vain 4 % kertoi, ettei ole lainkaan kiinnostunut (Kuvio 6).

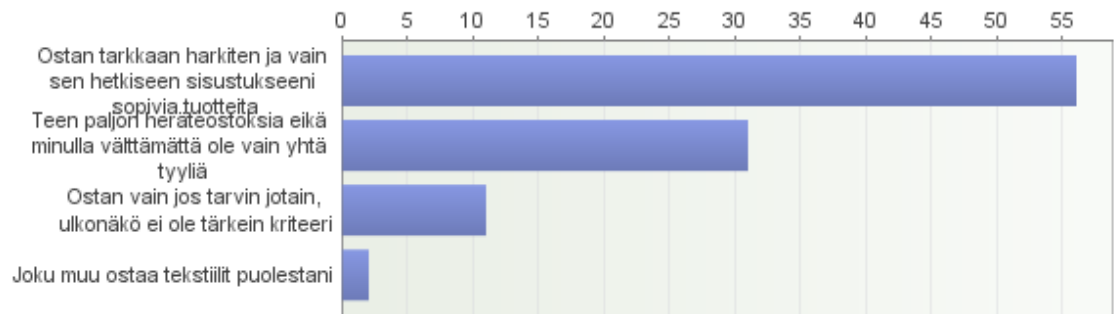


Kuvio 5. Ikäjakauma.



Kuvio 6. Kiinnostuksen määrä sisustamiseen.

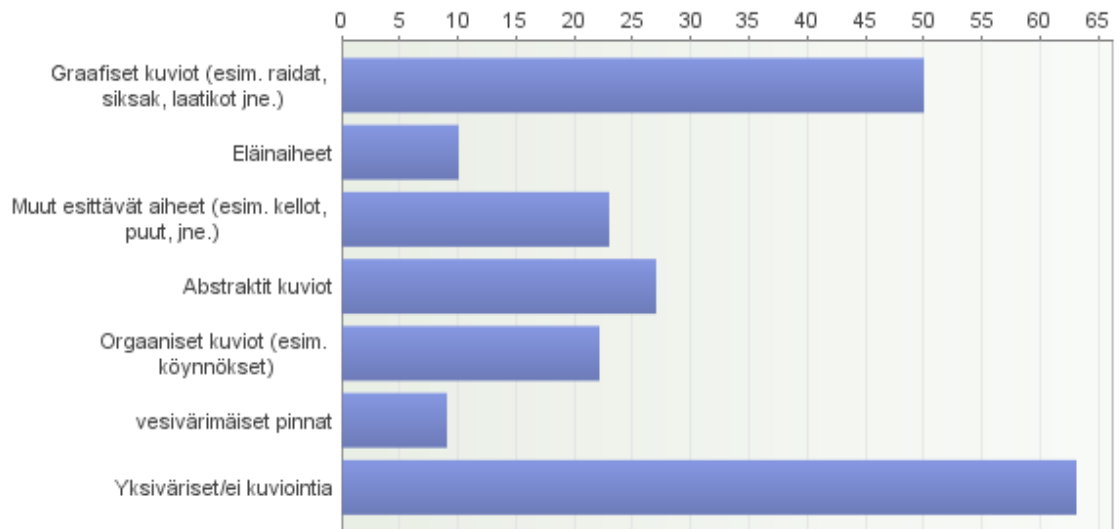
Vastaajista 56 % kertoi harkitsevansa tarkkaan ostaessaan sisustustekstiileitä ja tekevät valintansa sen hetkisen tyylin mukaan. 31 % kertoi tekevänsä paljon heräteostoksia eikä heillä välttämättä ole vain yhtä tyyliä. 11 % vastaajista kertoi ostavansa vain tarpeellisen, eikä ulkonäöllä ole juurikaan väliä, ja 2 %:lla tekstiilit ostivat joku muu kuin he itse.



Kuvio 7. Ostokäyttäytyminen.

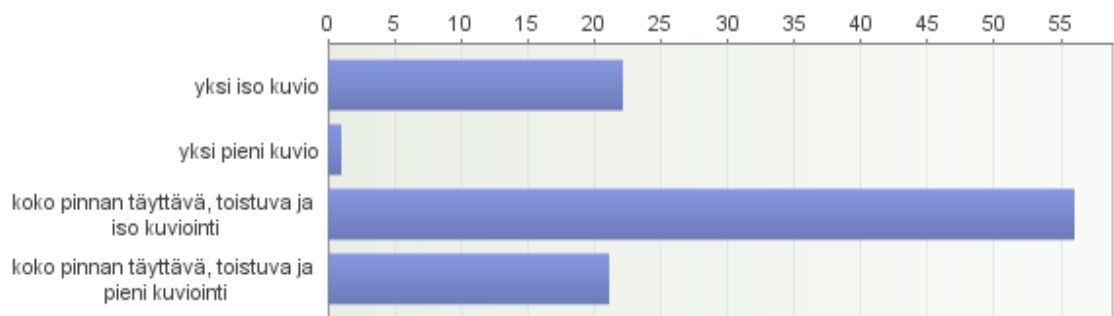
#### 4.2.2 Mieltymykset

Kysyin vastaajilta sisustustekstiilien eri aiheisiin kohdistuvista mieltymyksistä antamalla vaihtoehtoja, joista he saivat valita 3 parasta. Suosituimpia aiheita olivat yksiväriset (63 %) ja graafiset kuviot (50 %). Abstraktit kuviot tulivat kolmanneksi (27 %) ja hieman yli 20 % äänistä saivat muut esittävät aiheet sekä orgaaniset kuviot. Huonoimmin pärjäsivät eläinaiheet sekä vesivärimäiset pinnat (Kuvio 8).



Kuvio 8. Aihemieltymykset.

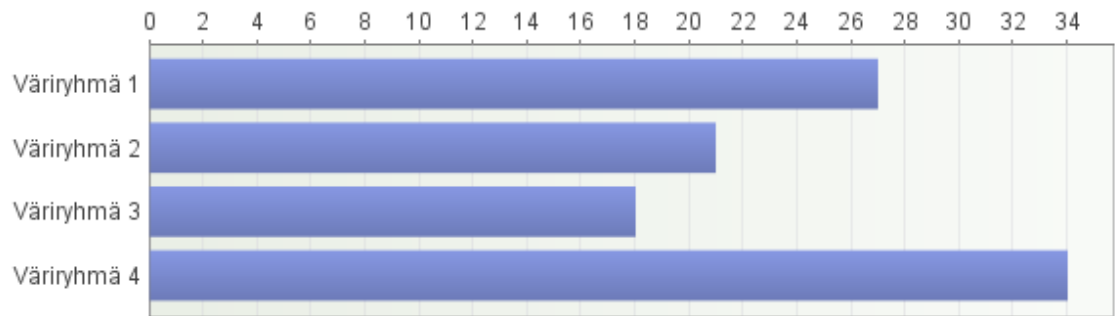
Kysyin vastaajieni mieltymyksiä kuviointin kokoon ja määrään. 56 % vastaajista kertoi pitävänsä koko pinnan täyttävästä isosta kuviointista. Hieman yli 20 % piti koko pinnan täyttävästä pienestä kuviointista sekä yhdestä isosta kuviosta. Vain 1 % piti yhdestä pienestä kuviosta (Kuvio 9).



Kuvio 9. Kokomieltymykset.

Pyysin vastaajia valitsemaan mielestänsä parhaan väriyhmän tulevista trendiväri-ryhmistä ja parhaimmaksi valittiin väriyhmä 4 eli X-ray (Kuvio 2). Toisena väriyhmä 1 eli Candy (Kuvio 1). Kolmas oli väriyhmä 2 eli Glitch (Kuvio 3) ja neljäs oli väriyhmä 3 eli Ground (Kuvio 4).





Kuvio 10. Värimieltymykset.

Pyysin myös vastaajia järjestämään viisi erilaista sisustustyyliä paremmuusjärjestykseen. Valitsin kuvat vastaamaan mahdollisimman paljon tyyliuuntiensa ääripäitä. Tyyli 1 on hyvin rouhea, nuorekas ja ehkä hieman ”äijämäinen” (Kuva 1). Tyyli 2 taas kuvastaa erittäin modernia ja minimalistista sisustustyyliä (Kuva 2). Valitsin 2. tyylin ääripääksi erittäin runsaan, boheemin, leikkisän ja rennon tyylin (Kuva 3). Ensimmäisen tyylin vastapainoksi valitsin romanttisen ja tyttömäisen tyylin (Kuva 4). Viimeiseksi tyyliksi valikoitui kauan nosteessa ollut, mutta ehkä jo hiipuva, maalaisromanttinen tyyli (Kuva 5).



Kuva 1. Tyyli 1 (Arredare un appartamento per single 2016).



Kuva 2. Tyyli 2 (Miia 2011).



Kuva 3. Tyyli 3 (Raissi 2015).



Kuva 4. Tyyli 4 (Интерьер в стиле винтаж 2013).



Kuva 5. Tyyli 5 (Kukkis 2014).

Parhaimmaksi tyyliksi 47 vastaajaa valitsi tyylin 1 (kuva 1) ja tiukasti toiseksi tuli tyyli 5, jonka parhaaksi valitsi 33 vastaajaa (Kuva 5). Selkeästi huonointa tyyliä ei löytynyt, vaan kolmen viimeisen äänet olivat erittäin tasaisesti jakautuneet (Taulukko 1).

Taulukko 1. Sisustustyylien järjestäminen paremmuus järjestykseen.

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Tyyli 1	47	31	10	10	2	100	1,89
Tyyli 2	8	10	21	27	34	100	3,69
Tyyli 3	6	16	27	28	23	100	3,46
Tyyli 4	6	17	20	26	36	100	3,64
Tyyli 5	33	26	22	15	5	100	2,32
Yhteensä	100	100	100	100	100	500	3

### 4.3 Kyselyn yhteenveto

Kyselyni tavoitti kohderyhmäni, eli nuoret aikuiset hienosti, koska suurin osa vastaajista kuului tähän ikäryhmään. Miehiä oli erittäin vähän, joten voin olettaa, että sisustus aiheena ei kiinnosta heitä yhtä paljon kuin naisia. Vastaajista suurin osa oli joko erittäin tai melko kiinnostuneita sisustamisesta, joten heidän vastauksistaan saan hyvän suunnan suunnitteluuni, koska he ovat mahdollisesti juuri se ryhmä, joka suunnittelemiani tuotteita voisi ostaa. Ostohalukkuudesta kertoo myös se, että vastaajat joko ostavat harkiten omaan tyyliinsä sopivia tuotteita tai sitten heräteostoksina itseään miellyttäviä tuotteita. Sisustustekstiilien kuviointi vastaajien mielestä saisi olla isoa, koko pinnan peittävää, graafista kuviointia tai ettei kuviointia olisi ollenkaan. Värimieltymyksistä kuulaat ja kylmät sävyt miellyttivät eniten. Sisustustyyleistä parhaimmat äänet saivat hieman rouheat ja kodikkaat tyylit.

## 5 STOCKHOLM FURNITURE AND LIGHT FAIR 2016

Teimme opintomatkan helmikuussa 2016 Tukholman kaluste- ja valaisinmessuille, jossa tutustuimme tämän hetkisiin kaluste- ja valaisintrendeihin. Havainnoin erityisesti sitä, miten tutkimani trendiennusteet näkyivät tekstiileissä ja sisustuskokonaisuuksissa. Käytin havainnoinnin menetelmänä valokuvausta ja tähän olen koonnut keskeisimmät kuvat.

Vahvimmin mieleeni jäi nahan käyttö monissa yksityiskohdissa ja jopa hieman yllättävissä paikoissa, kuten lamppujen kannattimina (Kuva 6) ja sänkyjen yksityiskohdissa (Kuva 7).



Kuva 6. Lamppujen kannattimet, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.



Kuva 7. Sängyn yksityiskohta, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.

Yhdeltä isolta trendiltä vaikutti myös erilaisten materiaalien yhdistely kuten paljas metalli, puu ja nahka (Kuva 8). Paljon näkyi myös yhdisteltävän hyvin erityylisiä materiaaleja. Yksikin hyvin tyylikäs ruokailutilan sisustus koostui erittäin siisteistä ja ryhdikkäistä tuoleista ja matosta, mutta pöytä oli käsittelemätöntä puuta (Kuva 9). Käsittelemätön puu tuo mieleen hyvinkin rustiikkisen sisustuksen, mutta tässä tapauksessa, yhdistettynä moderneihin metallijalkoihin, se sopi hienosti moderniin ympäristöön.



Kuva 8. Materiaalien yhdisteleminen, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.



Kuva 9. Materiaalien yhdisteleminen 2, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.

Tyylillisesti kiinnitin huomiota tuoleihin, koska niistä saa aika hyvän kuvan sen hetkistä trendeistä ja tyyliuunnista. Huomasin että hyvin monessa sisutuksessa käytettiin erittäin samantyyllisiä jalkoja penkeissä, mikä antoi niille saman hengen (Kuva 10; Kuva 11). Myös istuinosat olivat suuressa osassa hyvin samantyyllisiä, käsinojattomia sekä siroja (Kuva 12). Värimaalima oli 50–60-lukulaista ja muutenkin sisustukset olivat hakeneet inspiraatiota niiltä luvuilta. Värit olivat hieman likaisia pastellin sävyjä ja harmaata oli paljon.



Kuva 10. Jalkojen muotokieli, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.





Kuva 11. Jalkojen muotokieli 2, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.



Kuva 12. Kalusteiden muotokieli, Tukholman kaluste- ja valaisinmessut 2016.

Päällimmäisenä messuista mieleen jäi 50- ja 60-lukujen henki sisustuksissa sekä huonekalujen muotokielissä. Materiaaleista mieleen jäi nahan käyttö erilaisissa yksityiskohdissa sekä materiaalien yhdisteleminen. Väritys oli pastelli voittainen, mutta kaikkiin sävyihin oli sotkettu hieman harmaata tehden niistä hieman likaisen näköisiä. Pohjoismaisen suoralinjaista ja minimalistista sisutusta suosittiin edelleen, mutta mielestäni hieman rennommalla otteella.

## 6 SUUNNITTELUPROSESSI

### 6.1 Ideointi

Lähdin ideoimaan työtäni trendiennusteista inspiroituneena. Valitsin neljästä väri-ryhmästä kolme, joista tein inspiraatiotaulut. Yritin saada tauluihin mahdollisimman hyvin kaapattua tyyli-suunnan hengen.

Ensimmäinen ideani lähti Candy-väri-ryhmästä. Candy on leikkisä ja huoleton. Se on saanut värimaailmansa karkeista. Inspiraationa toimivat linnut, kuten harakat ja pääskyset. Candyn henki on iloinen, pirteä ja hieman naivistinen (Kuvio 11).



Kuvio 11. Candy inspiraatiotaulu.

Toisena Tyyli-suuntana on X-ray. Se on Candyn vastakohta, viileiden sävyjen ja toistuvien pintojen leikkiä. Se on saanut inspiraationsa kuulaista materiaaleista, origameista, kaleidoskoopeista ja mustetahroista. X-Ray on tyylikäs, rauhallinen, hieman kylmä ja laskelmoitu. (Kuvio 12.)



Kuvio 12. X-ray inspiraatiotaulu.

Glitch (Kuvio 13) on saanut inspiraationsa nimensä mukaan häiriöistä. Se tuo tekniikan kehityksen aikaan mukaan inhimillisyyttä sattuman varaisilta vaikuttavilla virheillä. Glitchin häiriöt ovat kuitenkin harkittuja ja kaaokselta vaikuttavissa pinnoissa on rytmi. Lähetin nämä kuvat asiakkaalle, ja hän valitsee näistä kolmesta tyyliuunnasta itselleen mieluisan. Valinnan pohjalta alan suunnittelemaan omaa mallistoani.



Kuvio 13 Glitch inspiraatiotaulu.

## 6.2 Luonnostelu

Asiakkaani valitsi kolmesta tyylistä Candyn (Kuvio 11). X-Ray (Kuvio 12) oli myös heille mieluinen, mutta liian lähellä heidän nykyistä tyyliään, jonka he jo taitavat. Lähdin luonnostelemaan ideoitani inspiraatiotaulun pohjalta ja koitin vangita sen hengen ideoihini. Otin myös huomioon kyselyssä esiin tulleet asiat esimerkiksi graafisien kuvien käytön sekä kuvioiden mittasuhteet.

Lähdin ideoimaan heti tietokoneella, jotta saisin nopeasti toteutettua ideani näkyviksi. Luonnostelun aloitin piirtämällä pääskysen, jota pyörittelin eri asentoihin (Kuvio 14). Koin kuitenkin näiden ideoiden olevan liian yksinkertaisia ja helppoja ratkaisuja. Halusin saada hieman syvempää otetta ja seuraaviin luonnoksiin otin mukaan useampia komponentteja ja lähdin testailemaan erilaisia sommitteluja (Kuvio 15). Jatkoin edellisiä kokeiluja sekä kokeilin myös ikat-henkistä kuviota (Kuvio 16).



Kuvio 14. Luonnoksia.



Kuvio 15. Luonnoksia.



Kuvio 16. Luonnoksia.

Käytyäni läpi kaikki mahdolliset ideat pääskysestä päätin jättää sen taka-alalle ja otin inspiraatiotaulusta seuraavan idean, joka oli harakanpesä. Lähdin ideoimaan siitä (Kuvio 17) sekä timantista (joka tuli mieleeni harakan intohimosta kiiltäviin esineisiin) erilaisia muotoja (Kuvio 18). Peilasin ja kääntelin objekteja, joista muodostui erilaisia kiinnostavia kuvioita. Tein timantti-muodosta myös tyynyn, jossa on harakka keskellä kuviota (Kuvio 19). Ideoita miettiessäni muistin jo aiemmin maininneeni asian siitä, etteivät harakat ole oikeasti ollenkaan kiiltävien tavaroiden perään ja päätin vielä luonnostella pesää kuvaavammin esittävän idean, jossa yksityiskohdina olivat värikkäät sulat (Kuvio 20).



Kuvio 17. Luonnoksia.



Kuvio 18. Luonnoksia.





Kuvio 19. Luonnoksia



Kuvio 20. Luonnoksia.

### 6.3 Valitut ideat

Kävin esittämässä asiakkaalle luonnoksiani, ja he valitsivat niistä mielestään parhaat ideat. Jatkoon pääsivät molemmat pesä-ideat (Kuvio 21; kuvio 22). Asiakas piti myös timantti-ideasta ja siitä, että harakka keskellä tyynyä antaa dramaattisen vaikutelman (Kuvio 23; kuvio 24). Asiakas piti myös pääsky-ideasta sen takia, ettei siitä ensisilmäyksellä välttämättä erota mitä kuvio esittää (Kuvio 25). Viimeisenä ideana he valitsivat toisen pääsky-idean (Kuvio26). He toivoivat, että siitä tehtäisiin pitsiverho, jos mahdollista.



Kuvio 21. Jatkokehittelyyn valittu idea.



Kuvio 22. Jatkokehittelyyn valittu idea.



Kuvio 23. Jatkokehittelyyn valittu idea.



Kuvio 24. Jatkokehittelyyn valittu idea.



Kuvio 25. Jatkokehittelyyn valittu idea.



Kuvio 26. Jatkokehittelyyn valittu idea.

#### **6.4 Ideoiden eteenpäin vienti ja esittely asiakkaalle**

Vein valittuja ideoita eteenpäin siistimällä kuviointia ja päättämällä yhtenäisen värimaailman. Koitin saada kaikki erilaiset tyylit sidottua yhteen samanlaisella värimaailmalla. Värimaailmaan hain inspiraatiota Candy-väriyhmästä (Kuvio 1) sekä inspiraatiotaulusta, jonka asiakkaani valitsi. Yritin myös pitää mielessäni tekemäni kyselyn tulokset ja kohderyhmäni mieltymykset. Tavoitteena minulla oli, että saisin suunniteltua kaikista valituista ideoista kokonaisuuden eli malliston, ja asiakkaani valitsisi kaikki tuotantoon (Kuvio 27). Mielestäni pitsiverho-idea oli niin erilainen muusta mallistosta, että esittelen sen erikseen, jos asiakas haluaa sen tuotantoon. Lähetin suunnitelmani asiakkaalle sähköpostilla.



Kuvio 27. Lopulliset ideat.

#### **6.4.1 Pitsiverho**

Suunnittelin pitsiverhoa ja mietin miten saisin sen sidottua muuhun mallistoon ja siihen henkeen mitä hain inspiraatiotaululla. Asiakkaani esitteli minulle heidän jo tuotannossa olevaa pitsiverhoa, joka oli todella koukeroinen ja romanttinen ja toivoi, että suunnittelemani verho olisi samanhenkinen. Otin inspiraatiota jugend- ja art nouveau-tyyleistä, koska mielestäni niiden tyylien koristeellisuus istuu parhaiten omaan ja malliston tyyliin (Kuvio 28). Nähtäväksi jää, hyväksynkö sitä mallistoon vai annanko sen asiakkaalle malliston ulkopuolella.



Kuvio 28. Pitsiverho

#### 6.4.2 Painomenetelmät

Painomenetelminä käytetään luultavasti digipainoa sekä rotaatiopainoa. Digipainokoneiden tekniikka on aikalailla sama kuin minkä tahansa kopiokoneen tai laser-tulostimen. Digipainokoneissa, jotka on tarkoitettu tuotantokäyttöön, on useita etuja kuten suurien värimäärien mahdollistavaa tekniikkaa sekä panoaiheen kohdistus on huomattavasti parempi. Digipainolla voidaan tuottaa värihallittuja ja laadukkaita tuotteita. (Yleistä tietoa painotuotteista, painamisesta ja kuvanmuodostuksesta, [Viitattu 13.4.2016].) Digipainoa voidaan käyttää kuoseissa, jotka olisivat todella kalliita tai vaikeita toteuttaa rotaatiopainotekniikalla.

Yleistä tietoa painotuotteista, painamisesta ja kuvanmuodostuksesta. Rotaatiopainossa kuosi laseroidaan kaavioon, jonka ympärysmitta on 64 cm ja leveys suunniteltavan kuosin mukainen. Rullan muotoinen kaavio kiinnitetään metallisiin palkkeihin. (Salonen 2015.) Rotaatiopainoa käytetään kuoseissa, joiden painamiseen käytetään vain muutamaa väriä.

## 6.5 Asiakkaan kommentit

Asiakkaani ei vielä tässä vaiheessa halunnut tehdä päätöksiä tai kommentoida lopullisia kuosejani, vaan päätti, että voin työstää kuosejani eteenpäin jos he päättävät ottaa niitä tuotantoon. Projekti jatkuu siis vielä mahdollisesti opinnäytetyön jälkeenkin, mutta tässä vaiheessa mallistoni on siis asiakkaalleni lähettämäni mallistoehdotus.

## 6.6 Lopullinen mallisto

Ensimmäinen kuosi on nimeltään Ei yksi pääsky kesää tee (Liite 2). Kuosi on saanut inspiraationsa harakanpesästä ja sen näennäisen sattumanvaraisista muodoista. Halusin yhdistää sattumanvaraisuuden hyvin vahvasti toistuvaan kuosiin, mutta kuitenkin säilyttää sen herkkyyden ja pitsimäisyyden.

Toinen kuosi on nimeltään Pääskystä ei päivääkään (Liite 3). Nimensä mukaan halusin sen olevan leikkisä ja positiivinen. Tavoitteenani oli tässä kuosissa saada inspiraatiota siitä naivistisuudesta ja huolettomuudesta jota inspiraatiotauluni huo-kui.

Kolmannen kuosin nimi on Pyyharakka 1.0 (Liite 4). Pyyharakka kuosi syntyi kun mietin harakkaa ja sen kiinnostusta kiiltäviin esineisiin. Kuosi muodostuu timanttimaisesta muodosta, jota olen peilannut ja toistanut. Neljäs kuosi, Pyyharakka 2.0 (Liite 5), on samaa kuosia kuin Pyyharakka 1.0, mutta se toistuu 50cm x 50cm kokoisena kuviona ja kuvion keskellä dramaattisuutta on tuomassa harakka.

viides ja viimeinen kuosi on nimeltään Sulkasato (Liite 6). Se on harakanpesää kuvaavammin esittävä kuosi. Idea siihen lähti miettiessäni sitä, etteivät harakat todellisuudessa varastele kiiltäviä esineitä ja luultavammin niiden pesästä löytyy höyheniä kuin timantteja. Liitteissä ensimmäisenä tulee ensimmäinen idea kuosista, jonka lähetin asiakkaalle. Toisena tulee mielestäni parempi ja kevyempi vaihtoehto, joka syntyi asiakkaan loppuarvion jälkeen.



## 7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella nuorille aikuisille sopiva sisustustekstiilimallisto trendikaudelle kevät/kesä 2017. Otin selvää mitä trendiennustamisen käsitteet tarkoittavat, jotta voisin ymmärtää kyseistä konseptia paremmin. Selvitin kyselyn ja trendiennusteen avulla raameja suunnittelulle. Yritin huomioida myös asiakkaani mieltymykset.

Kyselylläni pystyin rajaamaan aika tehokkaasti kohderyhmäni mieltymyksiä tällä hetkellä. Huomasin aika varhaisessa vaiheessa kuitenkin sen, ettei vastauksia mieltymyksistä kannata seurata välttämättä täysin orjallisesti. Suunnitelmani toteutettiin kuitenkin vasta vuoden kuluttua, joten kohderyhmän mielipiteet voivat muuttua radikaalistikin. Sain kyselyllä kuitenkin hyvää pohjatietoa esimerkiksi siitä, että kohderyhmäni on kiinnostunut sisustamisesta ja että he myös käyttävät rahaa siihen.

Trendiennusteiden tutkimisella pystyin hahmottamaan hyvin tulevat trendit kokonaisuudessaan ja rajaamaan niistä itseäni kiinnostavat asiat sekä asiat, jotka ajattelin sopivan kohderyhmäni sisustusmakuun. Tukholman kaluste- ja valaisinmessuille tehty retki antoi paljon inspiraatiota ja ideoita suunnitteluun. Oli hienoa huomata tutkimieni asioiden paikkansapitävyys ja se antoi itseluottamusta tekemiseen ja suunnitteluun.

Annoin asiakkaalleni viimeisen sanan siitä, mitä tyyli suunnista lähdetään viemään eteenpäin ja mielestäni se oli hyvä päätös. Yritin pitää asiakkaan mukana suunnitteluprosessissa kysymällä heidän mielipiteitään tasaisin väliajoin, ja antamalla heidän tehdä isoimmat päätökset siitä mihin suuntaan milloinkin jatkettiin.

Mielestäni onnistuin tavoitteissani pääpiirteittäin hyvin. Printti- ja kuosisuunnittelu on haastavaa ja ehkä jopa mahdotonta tehdä puhtaasti asiakastyönä. Miellän itse prosessin todella henkilökohtaisena, joten asiakkaan sekä kohderyhmän mielipiteiden huomioonottaminen oli jossain määrin haastavaa. En kysynyt asiakkaani mielipidettä kuin muutaman kerran niissä kohdissa kun koin sen tarpeelliseksi, jotta pysyisin oikeassa suunnassa suunnitteluni suhteen. En kuitenkaan koe, että olisin tarvinnut enempää ohjausta heidän puoleltaan.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöni on onnistunut niin itseni kuin asiakkaani mielestä. Asiakkaani päätti, että tekee päätöksiä kuosien kohtalosta sitten kun he alkavat työstämään kesän 2017 mallistoa. He ottavat minuun yhteyttä, jos haluavat käyttää kuosejani ja pystyn muokkaamaan niitä vielä siinä vaiheessa jos tarvitsee. Opinnäytetyö oli erittäin opettavainen projekti monessakin mielessä.

## LÄHTEET

- Arredare un appartamento per single. 2016. [Verkkajulkaisu]. Designmag. Milano. [Viitattu 3.2.2016]. Saatavana: [http://www.designmag.it/foto/arredare-un-appartamento-per-single\\_8737\\_8.html](http://www.designmag.it/foto/arredare-un-appartamento-per-single_8737_8.html)
- Global Color Research. 2015a. MIX Magazine: Colour, Designs, Trends and Materials (40)
- Global Color Research. 2015b. MIX Magazine: Colour, Designs, Trends and Materials (41)
- Kingswell, T. 2015. Essey: The magpies. MIX Magazine. (40). 21.
- Kukkis. 2014. [Blogi]. Styleroom. [Viitattu 3.2.2016]. Saatavana: <http://www.styleroom.fi/album/45493-olohuone>
- Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen. [Verkkajulkaisu]. Virtuaali ammatikorkeakoulu. [Viitattu 15.4.2016]. Saatavana: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289345955/1194290010211.html>
- Lenol Oy. [Verkkosivu]. Lenol Oy. [Viitattu 3.2.2016]. Saatavana: <http://www.lenol.fi/>
- Linturi, H. 2003. Heikkoja signaaleja metsästämissä. [Verkkajulkaisu]. Nexus Delfix. [Viitattu 12.2.2016]. Saatavana: [http://nexusdelfix.internetix.fi/fi/sisalto/materiaalit/2\\_metodit/3\\_signalix?C:D=61590&C:selres=61590](http://nexusdelfix.internetix.fi/fi/sisalto/materiaalit/2_metodit/3_signalix?C:D=61590&C:selres=61590)
- Mannermaa, M. 1999. Tulevaisuuden hallinta: skenaariot strategiatyöskentelyssä. Porvoo: WSOY
- Miia. 2011. [Blogi]. omakoti valkoinen. Helsinki. [Viitattu 3.2.2016]. Saatavana: <http://omakotivalkoinen.casablogit.fi/lue/2011/07/love>
- Nuutinen, A. 2004. Edelläkävijät: Hiljainen, implisiittinen, eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Raissi. 2015. [Blogi]. Retroprinsessa. Helsinki. [Viitattu 3.2.2016]. Saatavana: <http://www.lily.fi/blogit/retroprinsessa/boheemi-taikalamppu>
- Rubin, A. 2005. Megatrendi. [Verkkajulkaisu]. Futurix. [Viitattu 12.2.2016] Saatavana: [http://www.futurix.org/fi/materiaalit/tutkimus/03\\_lahestymista-poina/07\\_megatrendit/](http://www.futurix.org/fi/materiaalit/tutkimus/03_lahestymista-poina/07_megatrendit/)

- Salonen, E. 2015. [Opinnäytetyö]. Kuosimallisto Nanso Oy:lle : Leisure-vaatetukseen sopivia kuoseja. Seinäjoki. [Viitattu 13.4.2016] Saatavana: <https://www.theseus.fi/handle/10024/90788>
- Verne liikenteen tutkimiskeskus. [Verkkójulkaisu]. Tampereen teknillinen Yliopisto. [Viitattu 11.3.2016]. Saatavana: <https://www.tut.fi/verne/tutkimusmenetelmat/ky-sely-ja-haastattelumenetelmat/>
- Yleistä tietoa painotuotteista, painamisesta ja kuvanmuodostuksesta. [Verkkójulkaisu]. Painoindexi. [Viitattu 13.4.2016]. Saatavana: <http://painoindexi.fi/yleista-tietoa>
- Интерьер в стиле винтаж. 2013. [Verkkójulkaisu]. Gold-interior.ru. [Viitattu 3.2.2016]. Saatavana: <http://www.gold-interior.ru/interier-v-stile-vintag.html>

## LIITTEET

Liite 1. Kysely

Liite 2. Ei yksi pääsky kesää tee

Liite3. Pääskystä ei päivääkään

Liite 4. Pyyharakka 1.0

Liite 5. Pyyharakka 2.0

Liite 6. Sulkasato

## LIITE 1. Kysely.

## Kysely sisustusteksteleistä!

## 1. Ikä \*

- Alle 20
- 20-24
- 25-29
- 30-34
- 35-40
- Yli 40

## 2. Sukupuoli \*

- Nainen
- Mies

## 3. Kuinka kiinnostunut olet sisustamisesta? \*

- Todella kiinnostunut
- Melko kiinnostunut
- En ole lainkaan kiinnostunut

## 4. Miten kuvailisit itseäsi sisustustekstiilien ostajan? \*

- Ostan tarkkaan harkiten ja vain sen hetkiseen sisustukseeni sopivia tuotteita
- Teen paljon heräteostoksia eikä minulla välttämättä ole vain yhtä tyyliä
- Ostan vain jos tarvin jotain, ulkonäkö ei ole tärkein kriteeri
- Joku muu ostaa tekstiilit puolestani

valitse max. 3

## 5. Mieluisimmat aiheet sisustusteksteileissä? \*

- Graafiset kuviot (esim. raidat, siksak, laatikot jne.)
- Eläinaiheet
- Muut esittävät aiheet (esim. kellot, puut, jne.)
- Abstraktit kuviot
- Orgaaniset kuviot (esim. köynnökset)
- vesivärimäiset pinnat
- Yksiväriset/ei kuviointia

## 6. valitse mieluisin vaihtoehto sisustustekstiilien kuviointiin \*

- yksi iso kuvio
- yksi pieni kuvio
- koko pinnan täyttävä, toistuva ja iso kuviointi
- koko pinnan täyttävä, toistuva ja pieni kuviointi

## 7. Miellyttävin väriryhmä \*



Väriyhmä 1



Väriyhmä 2



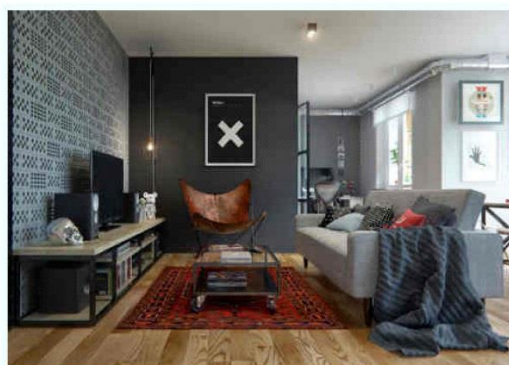
Väriyhmä 3



Väriyhmä 4

8. Järjestä sisustustyyliit paremmuus järjestykseen •

1



2



3



4



5



Resetoi kuvat



