

ÖLJYN JA VIINIETIKAN TARJOILUASTIAT

Tonfisk Designille

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti
Muotoilunkoulutusohjelma
Kokeellinen muotoilu/muotoilupedagogiikka
Opinnäytetyö
Kevät 2007
Anna Palomaa

Abstract

As a graduation work I designed a ceramic set of vessels for oil and vinegar to suit Tonfisk Design brand. Essential for the Tonfisk brand are the products, which are both functional and distinctive. The basis for my work was to study the dosing abilities of my vessels.

Key Words

Oil and vinegar
Tonfisk Design
Brand
Ceramics
Pour

Lahti University of Applied Sciences
Institute of Design
Degree Programme in Design
Anna Palomaa
Applied Design and Art
Graduation Work
pages 79
Spring 2007

Tiivistelmä

Sunnittelin opinnäytetyönäni Tonfisk Designin brändiin sopivat keraamiset öljyn ja viinietikan tarjoiluastiat. Brändissä oleellista ovat toimivuus ja tuotteiden erottuvuus muista markkinoilla olevista tuotteista. Suunnittelun pohjana toimi annosteltavuuden tutkiminen.

Avainsanat

Öljy ja viinietikka
Tonfisk Design
Brändi
Keramiikka
Kaataminen

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti
Muotoilunkoulutusohjelma
Anna Palomaa
Kokeellinen muotoilu/muotoilupedagogiikka
Opinnäytetyö
sivuja 79
Kevät 2007

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	11
2 TOIMEKSIANTAJA - TONFISK DESIGN	15
2.1 Yrityksen esittely	
2.2 Tuotevalikoima	
2.3 Brändi	
3 SUUNNITTELUTYÖN KOHDE	27
4 ÖLJY JA VIINIETIKKA RUOKA-AINEINA	31
4.1 Käyttö ruokataloudessa	
4.2 Ominaisuudet	
4.3 Markkinoilla olevia tarjoiluastioita	
5 MATERIAALIT	41
6 TAVOITTEET JA RAJAUS	45
6.2 Toiminnalliset tavoitteet	
6.1 Visuaaliset tavoitteet	
6.3 Taloudelliset ja tekniset tavoitteet	
6.4 Rajaus	

7 MUOTOILUPROSESSI	51
7.1 Annosteltavuus	
7.2 Rakenne	
7.3 Muotokieli ja mitoitus	
7.4 Pinnat	
7.5 Detaljit	
7.6 Alusta	
8 LOPPUTULOS	73
9 ARVIOINTI	77
9.2 Tuotteen arviointi	
9.2 Prosessin arviointi	
LÄHTEET	
LIITE	

01 JOHDANTO

Kuva 1



Etsiessäni harjoittelupaikkaa keväällä 2006 Tonfisk Designin tuotteet herättivät mielenkiintoni. Halusin tutustua lähemmin innovatiivisten ja käytännöllisten astioiden maailmaan. Suoritin opintoihini kuuluvan työharjoittelun Tonfisk Designilla 29.5.–1.9.2006. Työskentelin kesän tuotanto-tehtävissä ja harjoittelun päätyttyä sovin tekevänä yritykselle opinnäytetyönäni tuotesuunnittelu-projektin. Tehtäväkseni tuli suunnitella Tonfisk Designin brändiin sopiva öljy- ja viinietikkasetti. Tärkeimmäksi tavoitteeksi muodostuivat brändissä oleelliset asiat: käytännöllisyys ja erottuvuus muista markkinoilla olevista tuotteista. Suunnittelun pohjana käytin annosteltavuuden tutkimista.

2.1 Tonfisk Design Oy

Irlantilainen Brian Keaney (1974) ja suomalainen Tony Alfström (1972) perustivat Tonfisk Designin 1999 vastaiskuksi tylsille tuotteille. Nykyään yrityksen toimitilat sijaitsevat Helsingin Pihlajamäessä tavallisen asuinkerrostalon alakerrassa. Yritys tuottaa ja markkinoi korkealaatuisia keraamisia esineitä. Innovatiivisissa astioissa ja kattaustuotteissa yhdistyy käytännöllisyys ja persoonallisuus. Pienessä toimitilassa ovat vierekkäin toimisto ja tuotanto. Tuotteet suunnitellaan, valmistetaan ja pakataan helsinkiläislähiössä, josta niitä viedään yli 30 maahan Eurooppaan, Aasiaan ja Amerikkaan. Pääosin tuotteita menee pieniin design- ja kattaustuotteita myyviin liikkeisiin, mutta mukana on myös esimerkiksi New Yorkin modernin taiteen museon MoMa:n myymälä ja kuuluisa Milanolainen Corso Como 10 -designmyymälä. (www.tonfisk-design.fi, Taloussanomat 19.9.2006).

Tonfisk Design työllistää vakituisesti kaksi työntekijää. Tony Alfström ei työskentele enää jokapäiväisesti yhtiössä, mutta hän muodostaa yhä suunnittelutiimin Brian Keaneyn kanssa. Suurin osa tuotteista on kaksikon suunnittelemia. Taideteollisen korkeakoulun kanssa järjestetyn projektin oppilastöistä tuotannossa ovat Tanja Sipilän sekä Susanna Hoikkalan ja Jenny Ojalan ideomat tuotteet. Alfström on edelleen osakas Tonfiskissa, jossa on nykyisin 15 omistajaa. Vuonna 2005 yrityksen liikevaihto ylitti 200 000 euroa. Toimitusjohtajana toimiva Brian Keaney käyttää puolet työskentelyajastaan tuotantoon, toinen puoli menee hallinnollisiin töihin, markkinointiin ja asiakaskontakteihin. Toinen vakituinen työntekijä työskentelee pääasiallisesti tuotantotehtävissä. Tonfisk Designin ensimmäisinä vuosina myös tuotteissa käytettävät puuosat yritettiin valmistaa itse. Nykyään ne tilataan saksalaiselta muotopuristeiden valmistamiseen erikoistuneelta alihankkijalta. (Taloussanomat 19.9.2006).

2.2 Tuotevalikoima

Tonfisk Design tuotevalikoima sisältää korkealaatuisia astioita ja kattaustuotteita. Pääasiallinen materiaali on keramiikka. Vaalean keramiikan ja lämpimän puun tai luonnonkorkin kontrasti on tuotevalikoimalle tyypillinen piirre. Moderni skandinaavinen muotoilu yhdistyy perinteisiin materiaaleihin. Muotokieleltään selkeät ja mutkattomat astiat ovat käytännöllisiä. Tuotteita leimaa haptisuus, joka ilmenee tukevana kosketuksena käyttäjään. Toisaalta tuotteet asettuvat pöydälle kevyen ilmavasti. (Kuvat 2 ja 3)



Kuva 2

Oma-sitruunapuristin on tarkoitettu pidettäväksi osana kattausta.

Kuva 3





Kuva 3

Leikkisiä Bar-essokuppeja voi pyörittää pöydällä hyrrän tavoin. Lautaselleen ne asettuvat vakaasti.



Kuva 4

Uusi Warp-maljakkoo on muotokieleltään vaapaampi kuin Tonfiskin aikaisemmat tuotteet.



Kuva 5

Huopaisista Modul-pannunalusista voi rakentaa pöydälle haluamsa kokonaisuuden.



Kuva 6

Director`s cut -hedelmävat näyttää aukiviilletyltä pahvilaatikoilta.

Kuva 7

Inside-purkkeja on kolmea eri kokoa. Muotokieleltään ne ovat reippaita.

Kuvat 8,9,10,11

Warm sarjaan kuuluvat 60cl:n ja 1.1l:n kannu keramiikka- tai korkkikannella, 24cl:n muki, 40cl:n lattemuki, 8cl:n espressokuppi, lautanen, kermakko, sokerikko ja lämpöalunen.



Kuva 12

Maku-lautaset on valmistettu vanerista taivuttamalla ja niitä on kolme eri kokoa.

Kuva 13

Shake-suola- ja pipurisirottimien käytännöllisyys perustuu jalkana toimivaan isoon korkkiseen tulppaan.



Kuva 14

Sula-tuikkulyhty poikkeaa muotokieleltään muista Tonfisk Designin tuotteista. Siitä välitty trendiksi noussut koristeellisuus.

Kuva 15

Kinos-sarjaan kuuluu erikokoisia sushi-lautasia.



Kuva 16

Newton kermakkon ja sokerikkon käyttö perustuu painovoimaan.



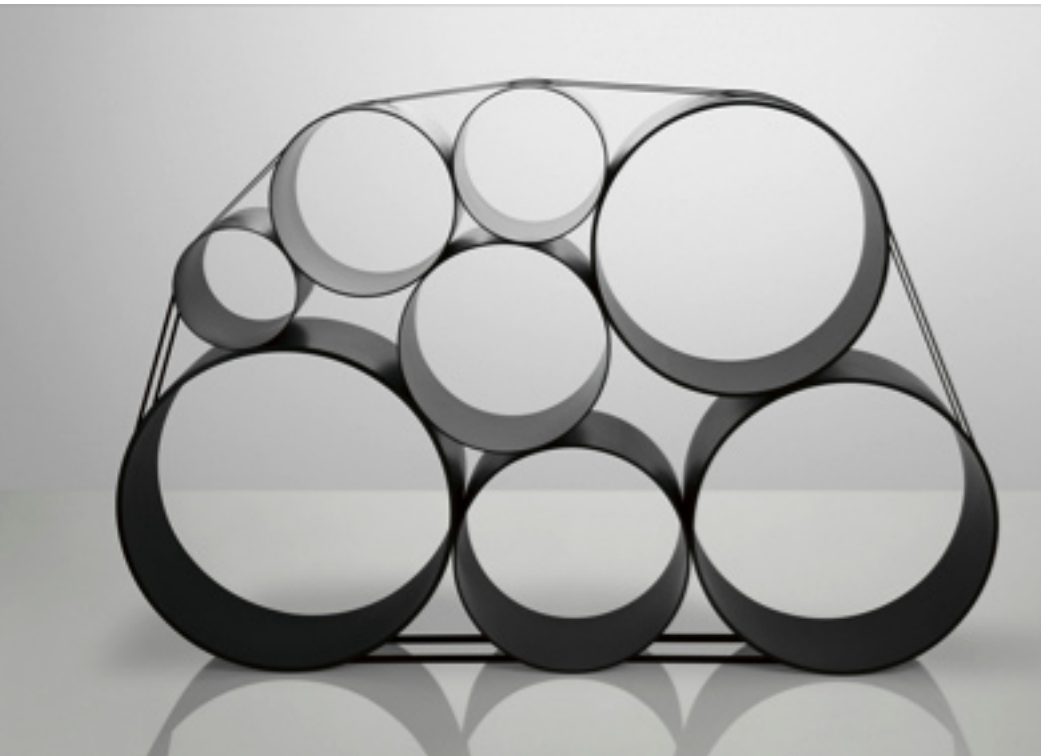
2.3 Brändi

Pirjo von Hertzenin mukaan brändin muodostumiseen vaikuttavat eniten ihmisten henkilökohtaiset kokemukset yrityksestä. Käsityksen muodostumisessa avainasemassa ovat yrityksen henkilökunta ja tuotteet. Hänen mukaansa brändi on mielikuva, jonka muodostumiselle yritys tarjoaa puitteet sopivilla tuotteilla ja viestinnällä. Von Hertzen pitää tuotetta jopa voimakkaampana brändin muokkaajana kuin viestintää. (von Hertzen 2006, 91–95.)

Tonfisk Designin motto “Form follows function doesn` t mean all objects have to look the same.” perustuu mukaillen Louis Sullivanin jo kliseeksi muodostuneeseen funktionalistiseen julistukseen. Se kuvaa erittäin hyvin yrityksen muotoilufilosofiaa, jonka mukaan ei ole tarkoitus tuottaa ainoastaan uusia muotoja vaan aivan uudenlaisia ideoita. Moton mukaan on itsestään selvää, että tuotteet ovat toimivia. Tonfisk Design lupaa kuitenkin tuotteidensa olevan myös persoonallisia ja massasta erottuvia. Koko Tonfisk Designin brändi perustuu innovatiiviseen tuotemuotoiluun. Tanja Sipilän suunnittelema Newton-sokerikko ja -kermakko on esimerkki aivan uudenlaisesta ja innovatiivisesta ajattelusta. Siinä sokerikko on asetettu kermakon päälle. Kermakosta kaadettaessa sokerikko pääsee keinumaan ja pysyy painovoiman ansiosta pystyasennossa. Tuote säästää kahvipöydässä tilaa ja on helppo ojentaa seuraavalle tarvitsijalle. (Kuva16)

Tuotteet ovat muodoiltaan pelkistettyjä, mutta esimerkiksi Arabiaan verrattuna Tonfisk Designin tuotteissa on rohkeaa ja persoonallista karaktääriä. Yrityksen viestintä, kuten mottokin tukee käsitystä yrityksen rohkeudesta ja uskalluksesta. Mukana on myös hiven huumoria - pilkettä silmäkulmassa. Von Hertzen (2006, 114) puhuu kirjassaan peruslupauksesta, jonka yritys antaa asiakkailleen käyttäessään mottoaan markkinoinnissaan ja viestinnässään. Tonfisk Design lunastaa lupauksensa käytännöllisillä ja persoonallisilla tuotteillaan.

Warm-astiasto rakentaa Tonfiskin tuotteista voimakkaimmin sen brändiä. Se on myös kansainvälisesti tunnetuin ”osa” yritystä. Monet tuntevat Warm-astiat, mutta kaikki eivät välttämättä tiedä yritystä niiden takana. Warmissa perinteiset materiaalit yhdistyvät uudella ja ennen näkemättömällä tavalla moderniin skandinaaviseen muotoiluun. Tiukkalinjainen pelkistetty muotokieli sekä oivalta ja yksinkertainen ratkaisu tekevät tuotteesta toimivan ja persoonallisen. Vaikka Tonfiskin imago on rohkea, luo se kuvan leppoisasta ja mukavasta yhdessäolosta. Helppokäyttöisten tuotteiden ansiosta on mukava viettää aikaa yhdessä ystävien tai perheen kanssa. Tuotteissa käytettävät perinteiset materiaalit vahvistavat kuvaa turvallisuudesta ja lämmöstä. Karjalainen mainitsee, että osa Volvon turvallisuuspainotteisesta imagosta perustuu yrityksen skandinaavisuuteen. Hänen



Kuva 18

Pil Dehalin Muutolle suunnittelema hylly.

Kuva 17

Alvar Aallon vuonna 1936 suunnittelemat maljakot.



Kuva 19

Ilkka Suppasen suunnittelemat mukit, joita Muuto markkinoi.



mukaansa Volvon muotoilufilosofia, johon kuuluvat yksinkertaisuus, luovuus, humanismi ja toimivuus, liitetään yleisesti myös muihin skandinaaviin tuotteisiin. (Karjalainen, 2006, 189) Brändin voimakas skandinaavinen imago tukee tuotteiden luotettavuutta ja laadukkuutta. Tonfisk Designin brändin skandinaavisuus ilmenee tuotemuotoilun lisäksi voimakkaasti myös yrityksen nimessä. Leikkisä nimi on iso osa brändiä. Se avaa takuuvarmasti keskustelun yrityksestä.

Moderni skandinaavinen muotoilu on yksinkertaisten ja toimivien ratkaisujen yhdistämistä pelkistettyyn muotokieleen. Tuotteiden korkea laatu ja kestävyys kuuluvat olennaisesti pohjoismaiseen suunnitteluun. Vielä nykyäänkin pohjoismainen muotoilu nojaa Alvar Aallon ja Aarne Jacobsenin aikoinaan suunnittelemiin tuotteisiin. (Kuva 17) Tämän vastapainoksi on noussut esimerkiksi Muuto (www.muuto.com), jonka tarkoituksena on nostaa tämän hetken skandinaavinen muotoilu koko maailman tietoisuuteen ja arvostukseen tämän hetken kuuluisimpien muotoilijoiden avulla. (Kuvat 18 ja 19)

Brian Keaney määrittelee saamassani briefissä kohderyhmäksi ihmiset, jotka arvostavat visuaalisuutta. He usein myös työskentelevät visuaalisella alalla. Kohderyhmään kuuluville henkilöille on tärkeää Tonfisk Designin ydin: massasta erottuvat ja toimivat tuotteet. Yrityksen asiakkaisiin kuuluvat myös kahvilat ja ravintolat. Taloussanomien (19.9.2006) haastattelussa Keaney toteaa, että tavoitteena on tehdä Tonfisk Designista yhtä kuuluisa kansainvälinen brändi kuin Marimekko tai George Jensen.

Toimeksiantonani (LIITE1) on suunnitella Tonfisk Designin brändiin sopiva öljy- ja viinietik-
kasetti. Brändissä oleellista on toimivuus ja tuotteiden erottuvuus muista markkinoilla olevista
tuotteista. Sen lisäksi, että tulevat tuotteet sopivat Tonfisk Designin koko tuotevalikoimaan ja ima-
goon, tulee tuotteiden sopia yhteen erityisesti Shake-suola- ja pippurisirottimien kanssa. Sirottimet
ovat muotokieleltään pelkistetyn geometrisia. Niiden käytännöllisyys perustuu isoon korkkiseen
tulppaan, joka toimii samalla sirottimien jalkana. Astioissa tuntuu olevan kaikki vähän väärinpäin.
Ne ovat leveitä ja matalia, mutta näyttävät ilmalta seisoessaan ryhdikkäästi korkkisen jalan pääl-
lä. Shaket on helppo täyttää pohjassa olevan riittävän suuren reiän ansiosta. Sirottimet erottuvat
toisistaan sirotusreikien määrästä ja yläpinnan pienestä kuopasta tai nypystä. Vähäinen detaljien
määrä teke tuotteista pelkistettyjä ja selkeitä. (Kuva 20)

Uudet tuotteet valmistetaan valamalla, ja niissä käytetään samoja materiaaleja kuin muissakin
Tonfisk Designin tuotteissa. Päämateriaali on läpinäkyvällä lasitteella lasitettu vaalea vitroposliini.
Lisäksi voi käyttää muitakin materiaaleja, mutta osia tulee olla mahdollisimman vähän. Yksiväristä
pintaa voi kuvioida tekstuurin avulla.

Suunniteltavien tuotteiden tulee olla käytännöllisiä, ja niiden pitää tietenkin kaataa hyvin. Lisäksi
tuotteiden pitää olla helppohoitoisia ja kätevästi täytettäviä sekä pestäviä. Ne voidaan suunnitella
myytäväksi settinä tai erillisinä tuotteina, mutta astiat tulee tunnistaa helposti öljy- ja viinietikka-
pulloiksi. Yhden astian tilavuus pitää olla vähintään 24cl. Tuotteiden valmistettavuuden tulee olla
tasapainossa muotoilun innovatiivisuuden kanssa. Markkinoinnin perustana käytetään tuotteen
toimivuutta ja käytännöllisyyttä. Jos tuotteissa on uusi ja innovatiivinen ajatus, siitä voi pyytää
korkeamman hinnan. Setin vähittäismyyntihinta tulee olemaan 30–50€. **Tuotteen hintaan vaikut-**
taa enemmn sen korkeus kuin leveys. Korkeus antaa tuotteelle arvokkuutta, mutta ei välttämättä
nosta sen tuotantokustannuksia.

Kuva 20



4.1 Käyttö ruokataloudessa

Väestön ikääntymisen ja elintapojen muuttumisen kuten hyötyliikunnan vähenemisen myötä terveellisistä elämäntavoista on alettu puhua länsimaissa yhä enemmän. Itsestään huolehtiminen ja omaan hyvinvointiin panostaminen on tällä hetkellä nouseva trendi (Luova luokka, subtv, 24.3.2007). Terveelliset ruokailutottumukset ovat yleistyneet ja tyydyttymättömien rasvahappojen käyttö on lisääntynyt. Esimerkiksi Raisiolla on Suomen valtion ja EU:n rahoittama kampanja internetissä (www.rypsioljy.fi), jolla pyritään lisäämään positiivista mielikuvaa kasviöljystä. Öljyä ja etikkaa on käytetty Suomessa perinteisesti ruoanvalmistuksessa ja säilönnässä. Kansainvälistymisen myötä myös ruokakulttuurimme on monipuolistunut. Öljy ja viinietikka ovat löytäneet tiensä välimerenkeittiöstä yleiseurooppalaiseen ruokapöytään. Nykyään niitä käytetään myös Suomessa pöytämausteiden tapaan esimerkiksi salaatin kastikkeeksi tai mausteeksi lihan päälle. Ruoan valmistus on suosittu harrastus ja se on muodostunut megatrendiksi. Kiireisen arjen vastapainoksi ihmiset panostavat nautintoihin, joista yksi on hyvästä ruoasta nauttiminen. Kulinaristiset harrastukset ovat tuoneet kauppoihiimme runsaan valikoiman hienoja kylmäpuristettuja öljyjä ja hienoista viineistä valmistettuja viinietikoita.

Usein ruoanvalmistuksen yhteydessä öljyä käytetään enemmän kuin etikkaa. Öljy soveltuu hyvin sekä paistamiseen että leivontaan. Viinietikkaa käytetään yleensä pienempiä määriä mausteiden tapaan. Suurempia annoksia viinietikkaa tarvitaan säilönnässä sekä salaatin kastikkeiden ja marinadien valmistuksessa. Pöytämausteina käytettäessä öljyn ja etikan annosteltavuus on tärkeää. Esimerkiksi salaatin päälle on tarkoitus kaataa öljyä ohuena norona. Viinietikkaa pirskotellaan vielä pienempi määrä tasaisesti koko annoksen päälle. Kun öljyä ja viinietikkaa ei säilytetä myyntipakkauksessaan, tulee tarjoiluastian täyttämisen ja pesemisen onnistua helposti.

4.2 Ominaisuudet

Viinietikat valmistetaan käymismenetelmällä erilaisista viineistä. Ne muodostuvat luonnollisen prosessin tuloksena, kun bakteerit muuttavat alkoholin etikkahapoksi. Niiden etikkahappopitoisuus on 3-6 %. Viinietikoiden maku, aromi ja väri riippuvat käytetystä viinistä. Viinietikat ja etikat yleensäkin ovat lähes rajattomasti säilyviä elintarvikkeita happamuutensa vuoksi. Tärkeää on valolta suojaaminen ja viileässä säilyttäminen, joko jääkaapissa tai huoneen lämmössä. Valo ja lämpö nopeuttavat aromin ja värin muutoksia. Viinietikkaa tulee säilyttää suljetussa astiassa haihtumisen estämiseksi. (Ijäs, Kivelä, Välimäki & Välimäki 1996, 48.) Tarja Ahonen Rajamäen

Kuva 21



etikatehtaan keittiöstä toteaa 2.2.2007 saamassani e-mailissa, että etikoiden tarjoiluastiat ovat hyvin usein osittain avonaisia. Ravintoloissa tästä ei aiheudu nopean kulutuksen vuoksi ongelmia. Hänen mukaansa osittain avonainen pullo sopii myös kotikäyttöön. Omaa viinietikkaansa hän ei ole saanut haihtumaan kahdessa vuodessa pullosta, jossa on avoin kaatonokka.

Kasviöljyt ovat öljykasvien siemenistä tai hedelmistä erotettuja 100-prosenttisia juoksevia rasvoja. Ne sisältävät runsaasti E-vitamiinia, ja kasviperäisinä tuotteina niissä ei ole kolesterolia. Tuore hyvälaatuinen öljy on lähes hajutonta ja mautonta. Alkuperäisen kasvin ominainen maku siirtyy kuitenkin öljyihin. Oikea säilytystapa pidentää hyvin säilyvien öljyjen käyttöikää. Öljyä tulee säilyttää viileässä, valolta suojattuna ja suljetussa astiassa. Valo ja ilman happi eltaannuttavat rasvan. Oikea lämpötila öljyn säilyttämiseen on +10-15 astetta. Jotkut öljyt jähmettyvät jo jääkaappilämpötilassa. Useimmat säilyttävätkin öljyä huoneenlämmössä, että se pysyy juoksevana ja helppokäyttöisempänä. (Lampi, Luola & Seppänen 1999, 174–176.) Öljy on tahmeampaa ja paksumpaa nestettä kuin viinietikka, joka on noin rasvattoman maidon vahvuista. Öljyn annosteleminen kaadettaessa on helpompaa, koska se liukuu hitaammin. Viinietikka juoksee liukkaasti ja sen annosteleminen on hankalaa.

4.3 Markkinoilla olevia tarjoiluastioita

Suurin osa markkinoilla olevista öljyn ja viinietikan tarjoiluastioista on lasisia tai keraamisia. Löysin myös muutamia metallista ja muovista valmistettuja astioita. Lasi on materiaalina loistava läpinäkyvyytensä vuoksi. Nesteen väristä voi päätellä, mitä astiassa on. Monet keraamiset astiat on erotettu toisistaan tekstillä tai värityksellä. Joissakin tapauksissa viinietikan tarjoiluastia on pienempi kuin öljylle tarkoitettu astia. Monissa keraamisissa ja lasisissa malleissa on erillinen metallinen piippumainen kaatonokka, joka on kaato-ominaisuuksiltaan erittäin hyvä. Yleisin on kuitenkin pullo- tai kannumainen astia, josta kaadetaan suoraan suulta tai samasta materiaalista tehdystä nokasta. Nesteiden sumuttaminen ja astiasta pipetillä ottaminen ovat uusia suuntauksia öljyn ja viinietikan tarjoilussa. Koko vaihtelee pienistä yhtä tarjoilukertaa varten suunnitelluista astioista suuriin pulloihin, joita voi käyttää myös ruoan valmistuksen yhteydessä. Settien alustat ovat usein metallisia koreja, joita on helppo kantaa. Astioilla on myös puisia tai keraamisia aluslautasia, jotka suojaavat pöytää likaantumiselta. Usein kokonaisuuksiin kuuluvat myös suola- ja pippurisirottimet. (Kuvat 25-33) Testasin Sagaformin kolme keraamista öljy- ja viinietikka settiä. Annosteleminen ja kaataminen oli helpointa kun tuotteissa on kunnollinen kaatonokka. (Kuvat 22-24)



Kuva 22

Komesta Sagaformin valmistamasta öljyn ja viinietikan tarjoiluastioista tästä oli helponta kaataa, koska kaatimissa on kunnolliset kaatonokat. Suuren suuaukon vuoksi, tämä oli myös helppoin puhdistaa ja täyttää.



Kuva 23

Pullojen muodosta tuntee nesteen painon siirtymisen, jolloin on helppo päätellä milloin neste alkaa virtaamaan. Pieni nokka auttaa annostelussa, mutta varsinkin viinietikka sotki pullon kyljen.

Kuva 24

Annosteleminen oli hankalaa, koska kaatimissa ei ole nokkia. Täyttämisen sujui helposti suuren suuaukon ansiosta.





Kuva 25



Kuva 27

Kuva 28



Kuva 26



Kuva 29



Kuva 30



Kuva 31

Kuva 32



Kuva 33

Tonfisk Designin kaikki tuotteet valmistetaan piensarjatuotantona valamalla. Yrityksessä on käytössä ainoastaan yksi puoliposliineihin kuuluva vitroposliinimassa. Valetut tuotteet poltetaan 1250 asteeseen. Polton aikana massassa olevat partikkelit sitraantuvat toisiaan vasten ja tuotteesta tulee tiivis. Tällöin tuote pystyy imemään itseensä erittäin vähän vettä ja se soveltuu pitkäaikaiseen nesteiden säilyttämiseen.

Tonfiskillä käytetty vitroposliinimassa on poltettuna valkoista. Korkeapolttoiseen posliiniin verrattuna se on läpikuultamattomampaa ja hieman lämpimämmän väristä. Kaikki tuotteet lasitetaan elintarvikekelpoisella läpinäkyvällä lasitteella, joka kestää myös etikan happamuutta. Valmiit tuotteet ovat mikron ja astianpesukoneen kestäviä. Keramiikka suojaa hyvin valolta ja on siksi erinomainen materiaali öljyn ja viinietikan säilytysastiaan. Astioita ei tarvitse laittaa kaappiin suojaan auringolta, vaan niitä voi säilyttää keittiön avohyllyillä tai laskutasoilla. Tonfisk Designin tuotteissa käytettävät vaneriosat ostetaan alihankkijoilta ja pinta käsitellään pellavaöljyllä Tonfiskin pajalla. Luonnonkorkkiset tulpat tulevat määrämittäisinä Portugalista.



6.1 Visuaaliset tavoitteet

Tärkein tavoite on tehdä öljy- ja viinietikkasetti, joka sopii Tonfisk Designin brändiin. Brändissä keskeistä on moderni skandinaavinen muotoilu, toimivat tuotteet ja erottuminen markkinoilla olevista vastaavista tuotteista. Yksinkertaisten ja toimivien ratkaisujen käyttäminen sekä pelkistetty muotokieli ovat skandinaavista muotoilua parhaimmillaan. Tuotteissa käytetään samoja materiaaleja kuin muissakin Tonfisk Designin tuotteissa. Tämä lisää osaltaan niiden visuaalista yhteenkuuluvuutta brändin jo olemassa oleviin tuotteisiin.

Toinen visuaalinen tavoite on saada tuotteet sopimaan yhteen erityisesti Sake-sirottimien kanssa. Öljy- ja viinietikkakaatimien tulee olla muotokieleltään erittäin pelkistettyjä. Geometrysten muotojen ja suorien pintojen käyttäminen tekee niistä sirottimien kanssa yhteen sopivia. Yhteen sopivuutta tukee myös luonnonkorkkisen tulpan käyttäminen astioiden sulkemisessa.

Suunnittelemani tuotteet tulee myös erottaa toisistaan, ja ne tulee tunnistaa öljyn ja viinietikan tarjoiluastioiksi. Vaikka saamani brief antaa mahdollisuuden käyttää tekstuuria yksivärisen pinnan kuviointiin, tavoitteeni on saada pulloista toisistaan erottuvat muilla visuaalisilla keinoilla. Koska tuotteet tulee myös tunnistaa helposti öljyn ja viinietikan tarjoiluastioiksi, niiden toisistaan erottaminen koon avulla on luonnollinen vaihtoehto. Pullojen tunnistaminen tulee tapahtua muilla keinoilla kuin esimerkiksi tekstillä, joka kertoo pullon sisällöstä. Tavoitteena on, että astioita ei voi sekoittaa maitokannuun tai kermanekkaan.

6.2. Toiminnalliset tavoitteet

Tavoitteena on tehdä käytännölliset ja tarkoitukseensa sopivat öljy- ja viinietikkakaatimet. Kun osien määrä pidetään mahdollisimman vähänä, pysyy tuotteiden käyttökin helppona. Koska öljyn ja viinietikan säilymisen kannalta on optimaalista säilyttää niitä suojattuna hapelta, tuotteiden tulisi olla kokonaan suljettavia. Nesteiden erilaisten ominaisuuksien vuoksi astiat tarvitsevat erilaiset kaatonokat.

Öljy- ja viinietikkasetin pitää toimia kotona ruokapöydässä, ja niiden pitää olla sopivia ravintoloiden ja kahviloiden käyttöön. Ravintoloille on tärkeää, että tuotteilla on alusta, jolla niitä voidaan kantaa. Varsinkin kotikäytössä suuret astiat ovat hankalia ja epäkäytännöllisiä. Ravintoloille suuri koko ei ole ongelma suuren kulutuksen vuoksi. Yhteen pulloon tulee mahtua vähintään 24cl, mutta puolen litran vetoinen astia on jo suuri käytettäväksi ruokapöydässä.

Tavoitteena on suunnitella kokonaisuus, jota myydään pakettina. Setti rakentuu parhaiten yhteisen alustan päälle. Ainakin toisen pulloista tulee toimia myös itsenäisenä tuotteena, koska monipuolisuuden takaamiseksi tavoitteena on tehdä astia, jossa on mahdollista valmistaa myös salaatikastiketta. Jotta eri ainekset on helppoa laittaa astiaan, on suuaukon oltava riittävän suuri. Ainesten sekoittaminen on helpointa voimakkaasti ravistamalla. Tällöin tuotteen tulee olla kokonaan suljettava.

Tonfisk Designin tuotteissa on usein jokin käytännöllisyyteen liittyvä juju. Sake-sirottimien käytännöllisyys perustuu isoon korkkiseen tulppaan, joka toimii samalla sirottimien jalkana. Shaket on helppo täyttää pohjassa olevan suuren reiän ansiosta. Öljy- ja viinietikkapulloihinkin tulee tehdä riittävän suuri aukko täyttämistä ja puhdistamista varten. Puhdistuksen kannalta helpoin ratkaisu on, että tuotteet lasitetaan.

6.3 Taloudelliset ja tekniset tavoitteet

Öljy- ja viinietikkasetin pitää olla Tonfisk Designin tuotantoon sopiva. Pullojen tulee olla valamala valmistettavia ja upottamalla lasitettavia kappaleita. Mitä enemmän tuotteiden valmistaminen vaatii työtunteja, sitä kalliimpia niistä tulee. Poltossa leveys nostaa tuotteen hintaa enemmän kuin korkeus. Tuotteiden innovatiivisuus ja hinta kulkevat käsi kädessä. Setin vähittäismyyntihinta tulee olemaan 30–50€. Hinta ei rajoita suunnittelua, mutta markkinoinnin perustana käytetään toimivuutta, käytännöllisyyttä ja innovatiivisuutta. Tavoitteena on suunnitella astiat, jotka ovat parempia kuin markkinoilla olevat vastaavat keraamiset tuotteet. Tällöin myös korkeampi hinta on perusteltua. Öljy- ja viinietikkapullojen valmistuksen kannalta helpointa ja halvinta olisi, että ne ovat samanlaisia. Käytön kannalta järkevintä on kuitenkin tehdä kaksi erilaista astiaa, jolloin tarvitaan myös kaksi erilaista muottia. Tavoitteena on käyttää pullojen sulkemiseen samankokoista korkkia kuin Shakessa. Tämä helpottaa ja nopeuttaa työskentelyä tuotteita pakattaessa.

6.4 Rajaus

Työ esitellään protomalleina, jotka tehdään yhteistyössä Tonfisk Designin kanssa. Öljy- ja viini-etikkapullojen tulee sopia yrityksen tuotantoon. Molemmissa pulloissa pitää olla tarkoitukseensa sopivat kaatonokat, jotka toimivat käytettävän nesteen kanssa. Tuotteiden tulee sopia sekä koti että ravintolaympäristöön ja niiden tulee muodostaa kokonaisuus, joka myydään yhteisellä alustalla. Öljy- ja viinietikkapullojen täyttöaukon pitää olla vähintään yhtä iso kuin Shakeissa ja se suljetaan luonnonkorkkitulpalla. Keraamisten astioiden muotokieli säilytetään yksinkertaisena ja pelkistettynä, jota ne sopivat yhteen Tonfisk Designin muun tuotevalkimoinan kanssa.

Kuva 35



7.1 Annosteltavuus

Aloitin suunnitteluprosessin tutkimalla nesteen kaatamista. Koska öljyn ja viinietikan määrää pitää pystyä helposti säätämään, keskityin annosteltavuuden tutkimiseen. Aluksi tein kaatokokeiluja mukilla ja pullolla. Koska keramiikka ei näy läpi, täytyy nesteen virtaamista pystyä arvioimaan jollain muulla tavalla kuin näkemällä. Pullosta kaataessa nesteen painon liikkumisen tunsin, jolloin pystyi arvioimaan, milloin neste alkaa virtaamaan astiasta ulos. (Kuva 37) Suoraseinäisestä mukista taas pystyi päättelemään kallistuskulman perusteella, milloin neste savuttaa suuaukon. (Kuva 36). Isoista aukoista vähän liruttaminen oli kuitenkin molemmissa tapauksissa hankalaa. Päätelin, että annosteltavuutta helpottaa nesten näkeminen. Rakensin pullon kylkeen altaan, johon neste ensin kaadetaan ja annostellaan sitten siitä. (Kuva 38) Kaataminen altaasta osoittautui hankalaksi, joten siirryin pohtimaan muita mahdollisia tapoja siirtää nestettä pullosta haluttuun paikkaan.



Kuva 36



Kuva 38

Kuva 37



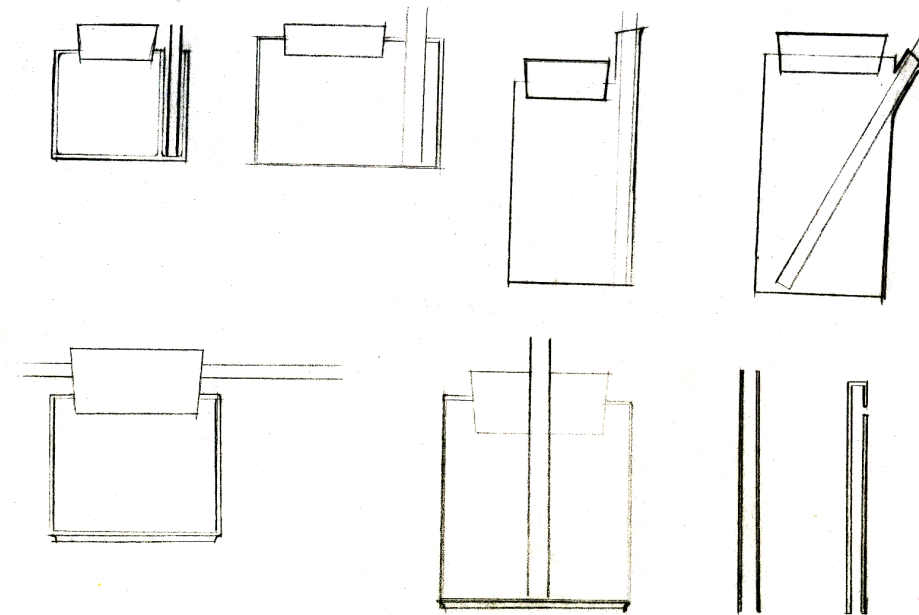


Kuva 39

Kuva 40



Kuva 41



Kun nesteeseen laitetaan pilli ja tukitaan sen jälkeen toinen pää sormella, voidaan nestettä nostaa astiasta. (Kuva 41) Kapilaari-ilmiön ansiosta se pysyy pillin sisällä. Kun sormi nostetaan pois valahtaa neste ulos. Annosteltavuus on parhaimmillaan, kun pilliä hölskytetään kädessä, mutta sormi pidetään paikallaan. Tällöin neste pirstokkua pillistä tasaisesti pieninä pisaroina. Tuotteen käytettävyyden ymmärtäminen osittautui hankalaksi ja päädyimme yrityksen edustajan kanssa hylkäämään sinänsä erittäin mielenkiintoisen ajatuksen. Koska pöytämausteena käytettäessä öljyä ja viinietikkaa tarvitaan erittäin vähän, tein kokeilun nesteen sirottamisesta. (Kuva 39) Sirottaminen onnistui hyvin, mutta pullon kylki tuli sotkuseksi. Kokeilujeni perusteella ja kilpailevia tuotteita tukimalla päädyin ratkaisuun, että kaataminen on helpontaa astiasta, jossa on kyseessä olevalle nesteelle sopiva nokka. Annostelemista voi säädellä korvausilman avulla. Kaadettaessa pienstä aukosta neste ei pääse virtaamaan, jos astiaan ei pääse tulemaan nesteen korvaava ilma. Soijapulossa virtaaminen estetään painamalla korvausilma-aukko umpeen ja nesteen annetaan juosta nostamalla sormi korvausilma-aukolta. (Kuva 40).

Kuva 42



Kuva 43



Kuva 44



Kuva 45



Kuva 46



Kuva 47



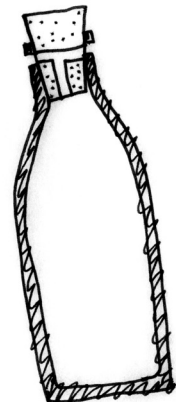
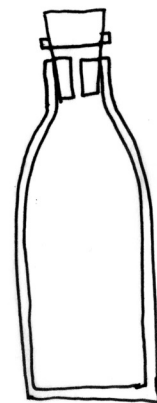
Kuva 48



Kuva 49

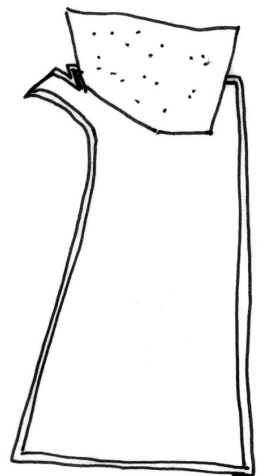
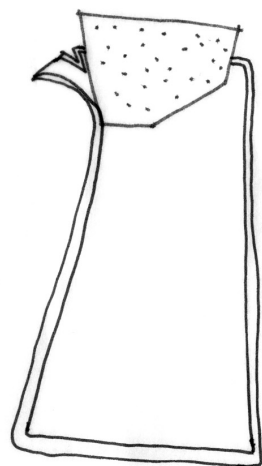
7.2 Rakenne

Tuotteen rakenteen tulee olla yksinkertainen, että sitä on helppo käyttää. Tutkin öljylle ja etikalle sekä viinille ja viinille tarkoitettuja erillisiä kaatonokkia. (Kuvat 42-49). Yrityksen kanssa yhteistyössä päätimme, että tuotteesta tulee kokonaan keraaminen. Tällöin tuotteet sopivat muuhun Tonfisk Designin valikoimaan paremmin. Rakenteelliseksi tavoitteeksi otettiin kokonaan suljettavissa oleva astia, koska se on öljyn ja viinietikan säilytyksen kannalta ihanteellisin ratkaisu. Erilaisten kokeilun jälkeen päädyimme ratkaisuun, jossa kaatonokka jää avoimeksi ja täyttöaukko suljetaan Shake-sirottimissa käytettävällä korkilla. (Kuva 50) Kaatonokan sulkeminen erillisille korkilla lisää osia ja tekee tuotteen käytöstä vaivalloista.



→ korkkia
kääntämällä
pullon kaulassa
olevat reiät
peittyvät
→ SULJETTU

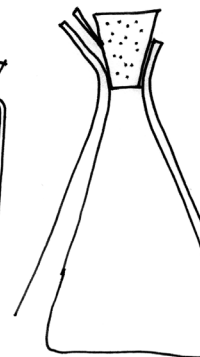
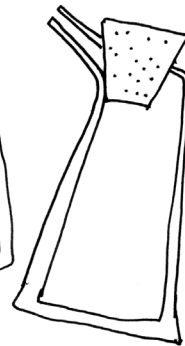
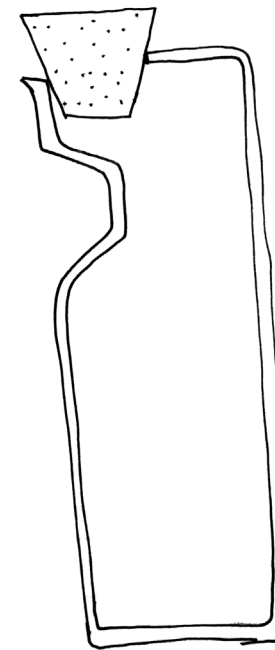
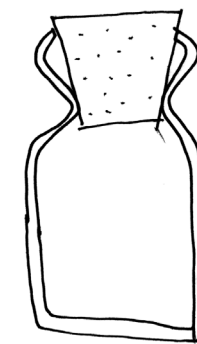
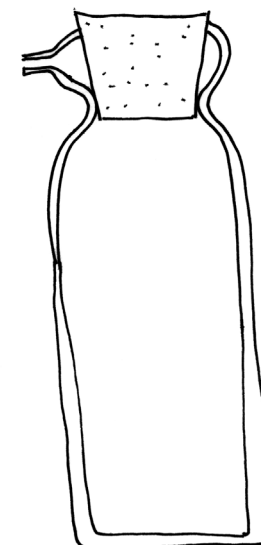
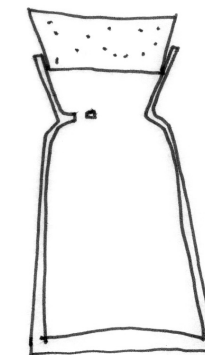
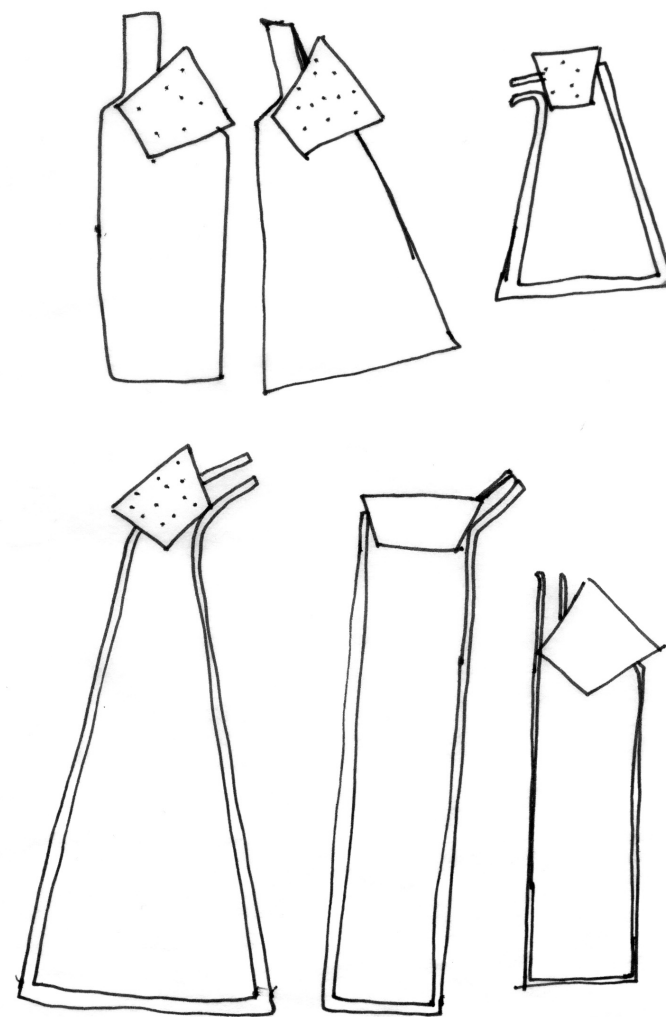
voi myös
käyttää pisto-
ilmaa rajoittamaan
virtausta



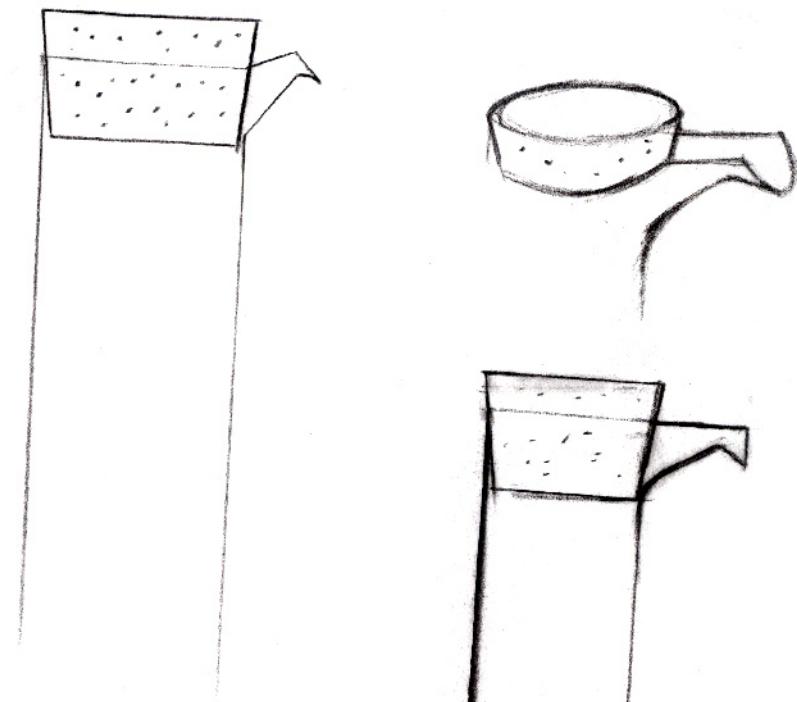
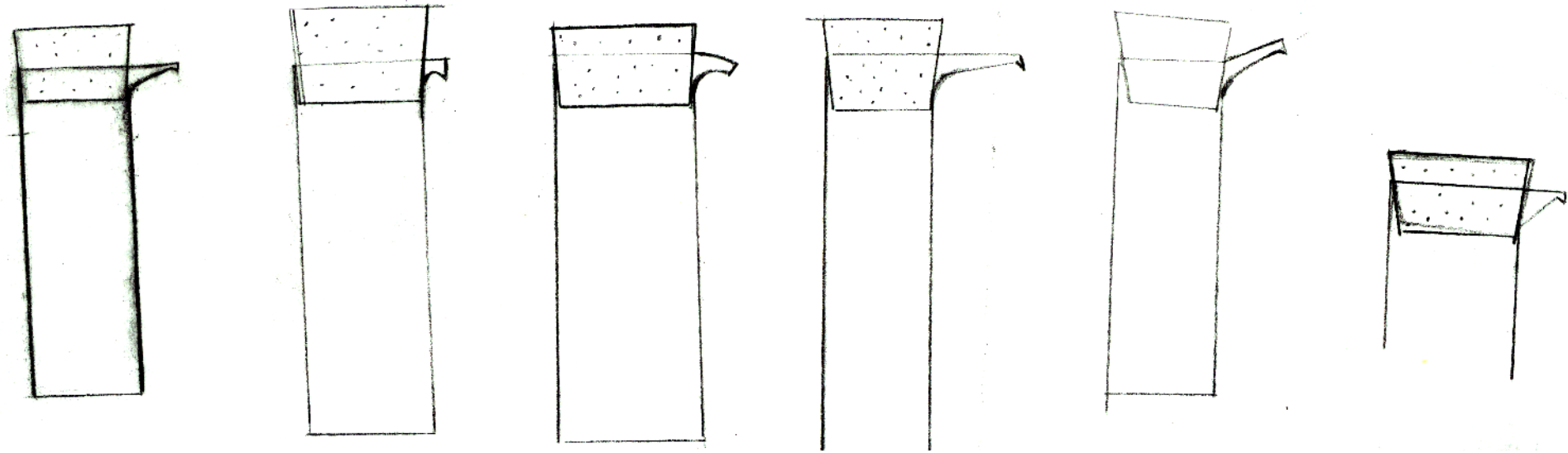
→ korkkia
kääntämällä
nokka avautuu
ja sulkeutuu

Soijapullosta tuttu ratkaisu, jossa neste virtaisi korkin läpi tehdystä reiästä. Korkkia kääntämällä tuote olisi kokonaan suljettava. Siinä olisi mahdollista säädellä korvausilmalla nesteen virtaamista. Korkki turpoaa nesteen vaikutuksesta, jolloin korkissa olevien reikien auki pysyminen on epävarmaa. Myös pienien reikien puhdistaminen on hankalaa.

Kun korkin alpuolelle tehdään viiste, pystyy korkkia kääntämällä sulkemaan ja avaamaan kaatonokan. Ajatus hylättiin, koska käyttäjälle on hankala viestiä, milloin nokka on auki ja kiinni.



Kokonaan suljettavia kaatimia. Näissä ei huomaa, että korkki on nostettava pois enne kaatamista.

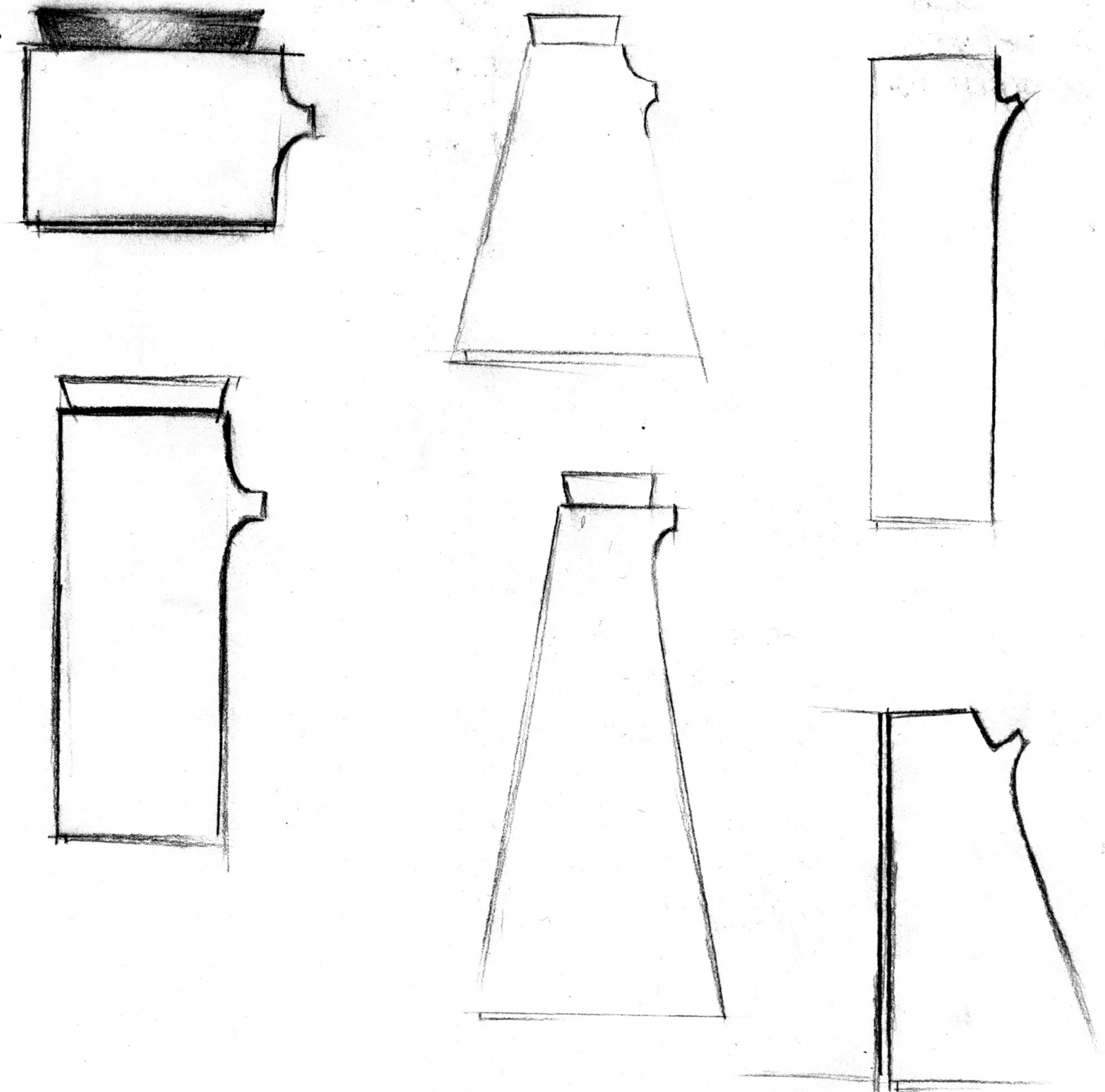


Kokonaan suljettavan astian käytön kannalta tärkeää on, että tuotetta katsoessa huomaa heti, että korkki täytyy avata kaataessa. Tällöin tuotteeseen tulee automaattisesti avoin kaatonokka. Avoin kaatonokka tekee astiasta kannumaisen, jolloin sen voi sekoittaa kermanekkaan tai maitokannuun. Tein Germit-massasta nokkakoikeiluja. Parhaat kaato ominaisuudet on hivenen alaspäin kaareutuvalla nokalla.

Kuva 50

Tunnistettavuuden parantamiseksi päädyttiin ratkaisuun, jossa korkki sijoituu pullon kylkeen. Tällöin tuotteesta ei tule kokonaan suljettava. Muiden hyvien puolien vuoksi siitä tavoitteesta päätettiin luopua. Neste ei koko ajan pääse osumaan korkkiin ja astian päällä oleva nokka tekee tuotteesta öljy- ja viinietikkapullomaisen.





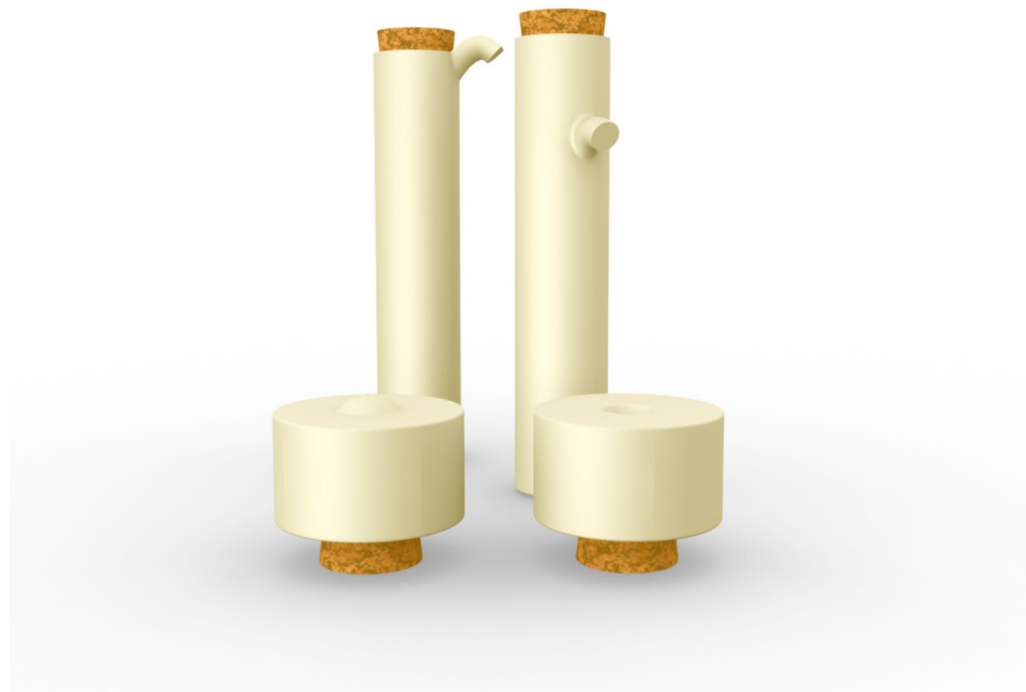
7.3 Muotokieli ja mitoitus

Rakenteelliset ratkaisut vaikuttavat muotokieleen. Alusta alkaen oli selvää, että öljy- ja viinietikkapulloista tulee muotokieletään yksinkertaisia ja pelkistettyjä. Hyvien kaato-ominaisuuksien ja astioiden tunnistettavuuden lisäämiseksi nokasta päätettiin tehdä piippumainen. Mitoituksen perustana käytettiin Shake-sirottimien korkkia. Saman korkin käyttäminen lisää visuaalista yhteenkuuluvuutta sirottimien kanssa. Koska öljyä käytetään enemmän kuin viinietikkaa, etikkapullosta tehtiin pienempi. Tämä auttaa myös tunnistaman kummassa pulloissa on öljyä ja kumassa viinietikkaa.



Kuva 51

Pullojen muotokokeiluja. Aluksi tavoitteena oli tehdä kokonaan suljettava pullo. Nokan ja pullon suuaukon kanssa ei löydetty hyvää ratkaisua.



Kuva 52

Leveiden ja matalien Shakien rinnalle suunniteltiin kapeita ja korkeita kaatimia.



Kuva 53

Välillä muotokielen etsinnässä käytiin hyvinkin kaukana halutusta lopputuloksesta. Tarkoituksena oli löytää kaksi eri muotoa, jotka sopivat yhteen. Erilaiset pulloet olisivat erottaneet tuotteet muista markkinoilla olvista seteistä. Erilaisista kaatimista ja Shake-sirottimista ei saatu yhtenäistä kokonaisuutta.

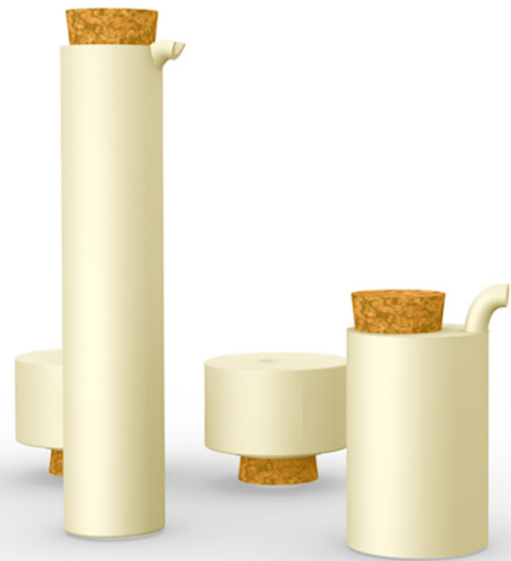


Kuva 54

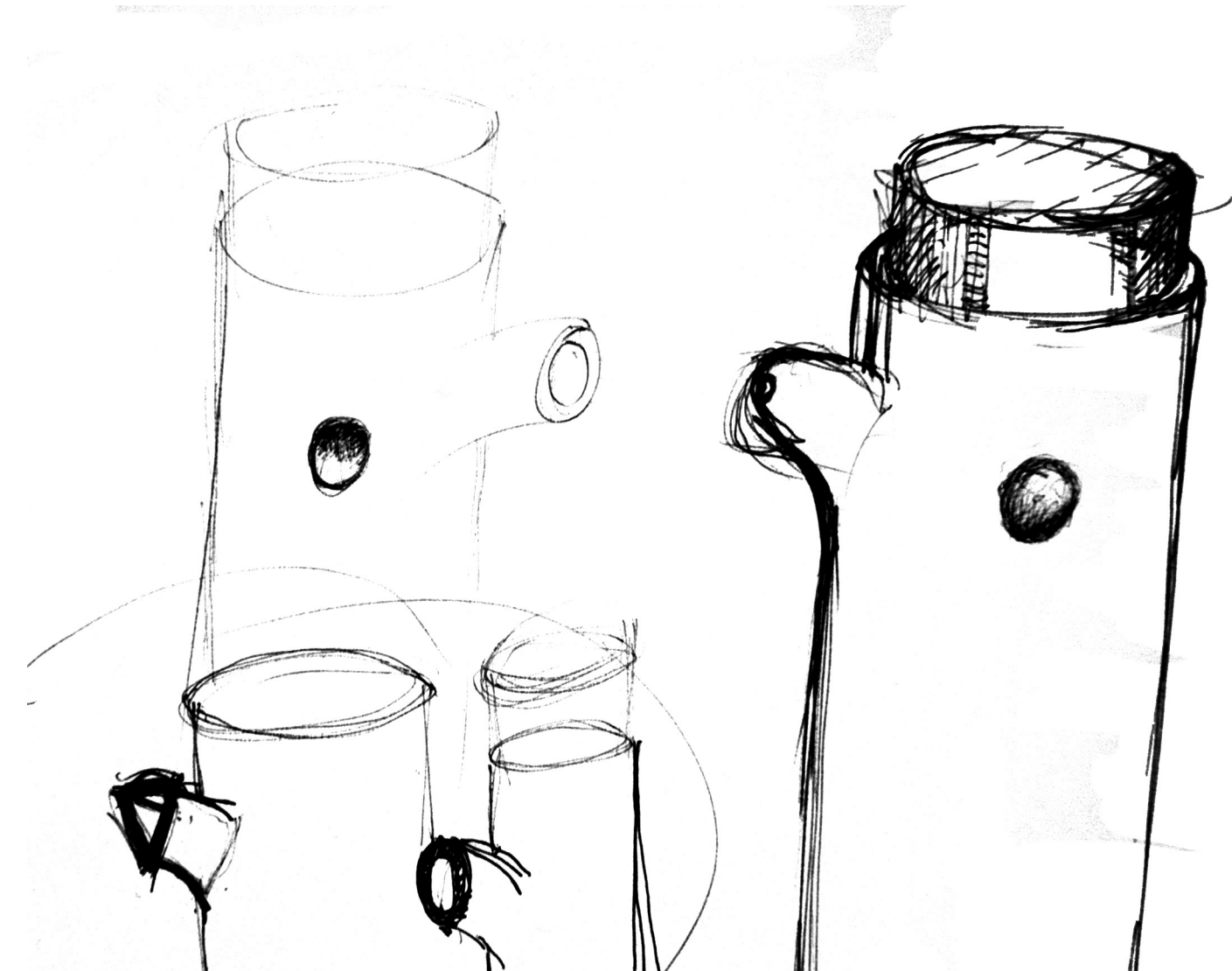
Kaatimien koko haluttiin eriksi tunnistettavuuden lisäämiseksi.

Kuva 55

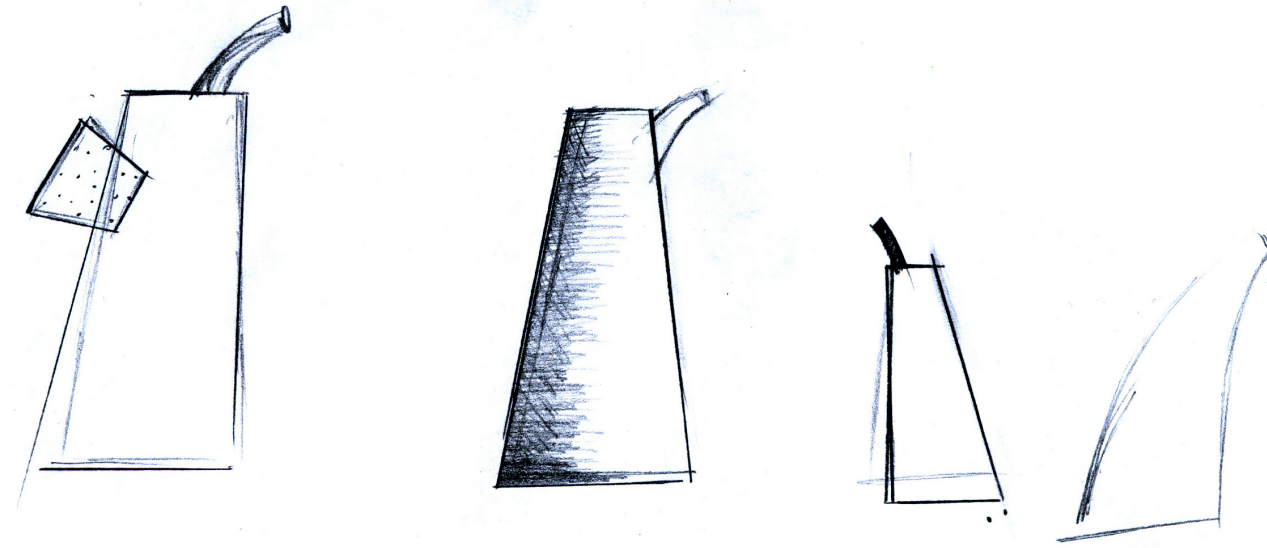
Pullon päällä oleva piipunokka erottaa kaatimet maitokannuista ja kermanekoista.



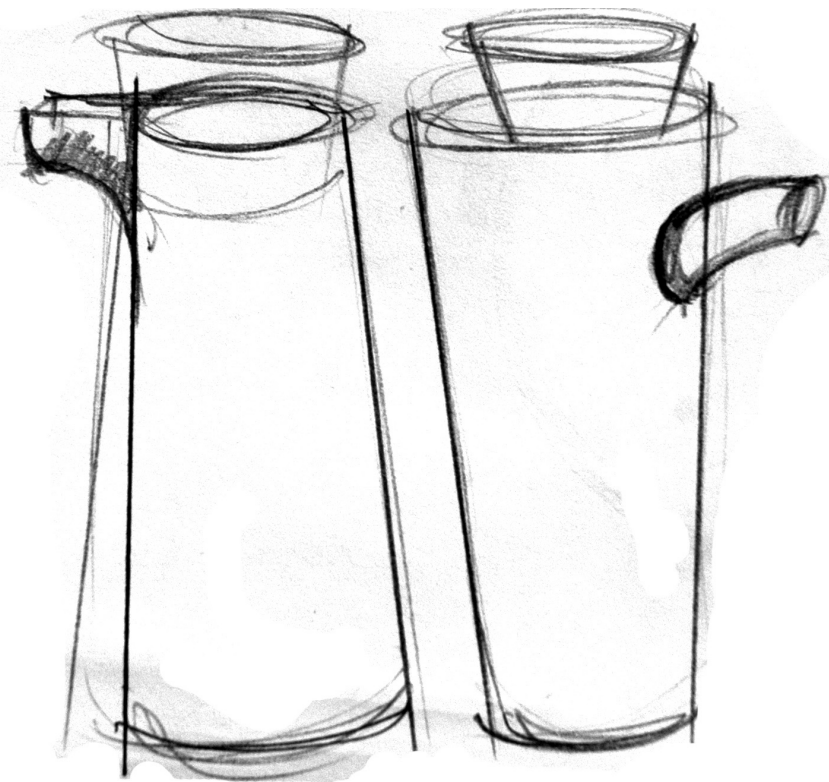
Tarkoituksena oli löytää pieni yksityiskohta, joka erottaa kaatimet toisistaan. Esimerkiksi öljykäätimen nokkaa kaavailtiin o:n muotoiseksi ja viinietikan v:n. Piippumainen nokka vei kuitenkin voiton, koska se liittyy tuotteet helposti ymmärrettävästi öljyn ja viinietikan tarjoiluun.



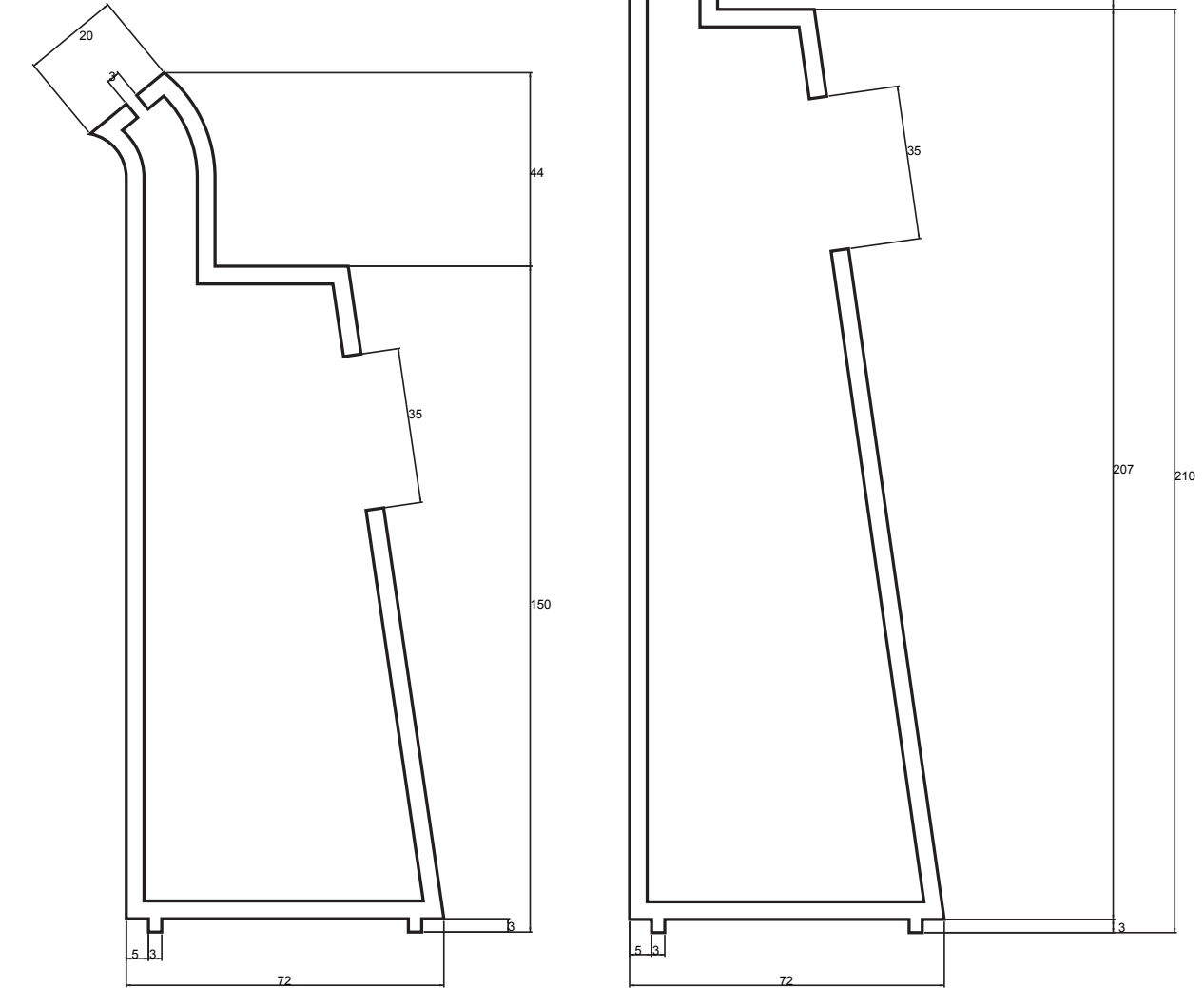
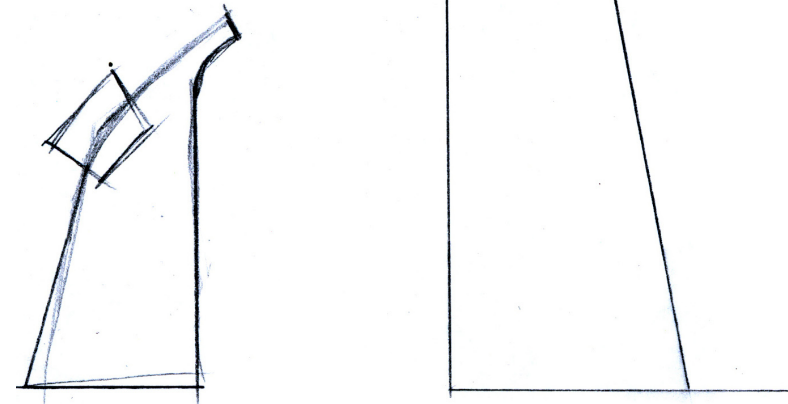
Jotta kaatimista tulisi mielenkiintoisemman näköiset, tiukka lierio hylättiin ja päädyttiin kartion muotoon.



Ensimmäisten protojen mittakuvat. Tutkin kaatimien mittoja paperisten hahmomallien avulla. Lopulliset mitat varmistuvat ensimmäisen proton jälkeen. Öljylle tehtiin avoin kaatonkka. Viinietikan kaatimessa nokkaan tehdään vain pieni reikä annostelemisen helpottamiseksi.



68



69

7.4 Pinnat

Ölly- ja viinietikkapullot voisi erottaa toisistaan pinnan kuvioinnilla. Brändiin ja Shake-sirottimiin ei sovi voimakkaan tekstuurin käyttö. Yritys hylkäsi ajatukseni käyttää lasitettua pintaa öljypullossa ja lasittamatonta ulkopintaa etikkapulossa, koska tuotannossa lasittamattoman pinnan viimeistely on hankalaa. Myös käytössä lasittamattoman pinnan huoltaminen on vaikeaa. Eteenkin punaviini-etikka värjää lasittamatonta keramiikkaa helposti. Selkeän ja yksinkertaisen vaikutelman luomiseksi pinnat säilytettiin sileinä.

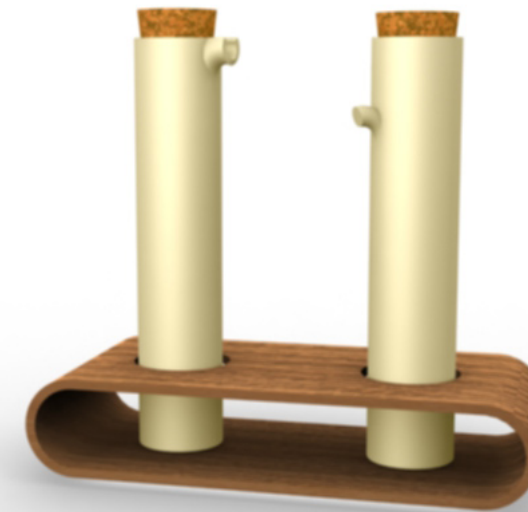
7.5 Detaljit

Koska Shake-sirottimissa on vain yksi detalji, päätettiin myös pullojen yksityiskohdat pitää vähänä. Yritin yhdistää öljy- ja viinietikkasetin Shakeihin niistä tutulla kuopalla, mutta se ei mielestäni riitä tuotteen kantavaksi ajatukseski. (Kuva 56) Yksityiskohdat tarkentuvat ensimmäisten protojen jälkeen, kun tiedetään mitä muutoksi kaatimiin tulee tehdä esimerkiksi tuotannollisista syistä.

Kuva 56



Kuva 57



7.6 Alusta

Alusta, jossa pullot asettuvat reikiin oli muodoltaan yritystä miellyttävä, mutta sen korkeat tuotantokustannukset karsivat sen pois. (Kuva 57) Alusta tekee tuoteparista kokonaisuuden. Keraaminen alusta on helpompi pitää puhtaana kuin vanerinen, mutta muotopuriste yhdistää setin Tonfiskin muuhun tuotantoon. Alustaksi valittiin Tonfisk Designin valikoimassa jo oleva Maku-lautanen. (Kuva 58).

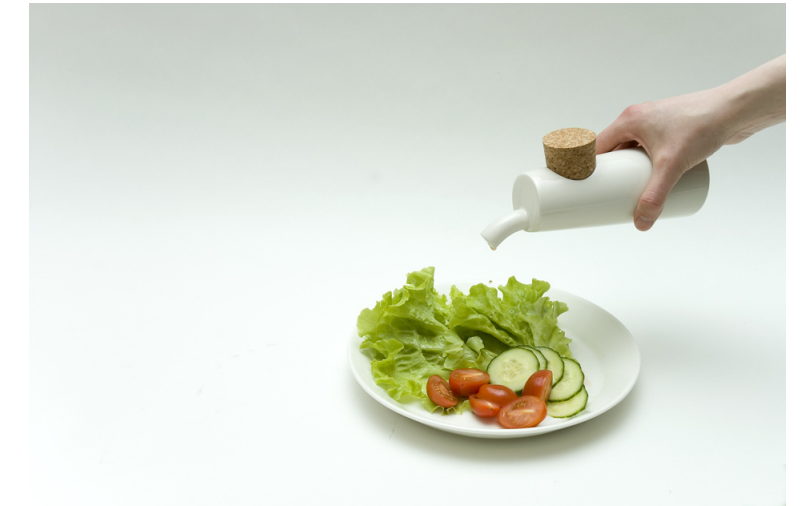
Kuva 58

Maku-lautasia on kolme eri kokoa. Kaatimet mahtuvat pienimmälle lautaselle, jos settiin haluta lisätä sirottimet voidaan käyttää pidempää Maku.



Öllykaatimeen mahtuu 3,4 dl ja sen nokka on kokonaan avonainen. Viinietikkakaatimeen mahtuu 2dl ja sen nokkassa on vain pieni reikä annosteltavuuden helpottamiseksi. Öljylle tarkoitettu kaadin on 210 mm korkea ja etikalle 150 mm. Molemmissa nokka nousee vielä 44 mm ylemmäs. Pohjan halkaisijaltaan molemmat ovat 72 mm, joka on sama kuin Shake-sirottimien halkaisija. Kaatimissa on käytetty samankokoista korkkista tulppaa täyttöaukon sulkemisessa kuin Shake-sirottimissa. Koska tulppa sijoittuu tuotteen vinolle selkäpuolelle, se ei kastu kaadettaessa. Sirottimille vastapainoksi tuotteet ovat korkeita ja ylöspäin keveneviä. Valkoiset kaatimet sopivat monien astiastojen kanssa. Tonfisk Designin Kinos-astioiden lisäksi ne voisi kattaa piristämään Teema-astioita.

Tuotteiden jatkokehitystarpeet selviävät ensimmäisten protojen jälkeen. Ainakin täyttöaukko tarvitsee luultavasti pienen kaulan tuotannon helpottamiseksi. Myös viinietikan tarvitseman reiän koko on arvoitus. Se selviää mallikappaleilla kokeilemalla.





9.1 Tuotteen arviointi

Kaatimet sopivat Tonfisk Designin valikoimaan ja erityisesti Shake-sirottimien kanssa. Ne on helppo tunnistaa öljyn ja viinietikan tarjoiluastioiksi piippumaisen nokan vuoksi. Kokoero auttaa tunnistamaan kummassa on öljyä ja kummassa viinietikkaa. Saamassani briefissä määritelty tilavuus alittuu viinietikan osalta. Päädyin ratkaisuun, koska etikkaa käytetään vähemmän kuin öljyä. Täyttäminen onnistuu riittävän suuresta reiästä helposti. Reikä auttaa astian pesemisessä, mutta ahtaan piippunokan puhdistaminen voi olla hankalaa, koska tiskiharja ei mahdu nokkaan. Tavoitteena oli tehdä kokonaan suljettavat astiat. Siitä jouduttiin luopumaan astioiden helppokäyttöisyyden takaamiseksi. Nyt korkki voi olla paikallaan, kun astioista kaadetaan. Öljypullossa voi sekoittaa salaatinkastiketta, jos sulkee kaatonokan sormella. Kaato-ominaisuuksien arviointi onnistuu paremmin ensimmäisten protojen jälkeen. Nokkien pitäisi olla tekemieni kokeilujen perusteella sopivia öljyn ja viinietikan annostelemiseen. Myös hinnan arvioiminen onnistuu helpommin mallin tekemisen jälkeen, kun käsin tehtävän työstön määrä selviää. Kaatimet kuitenkin mahtuvat briefissä määriteltyyn 30-50 euron hintahaarukkaan.

Seuraava askel on tehdä tuotteista mallit Tonfiskin pajalla. Tämän jälkeen arvioidaan, onko tuotteista mahdollista kehittää yrityksen tuotantoon sopivat.

9.2 Prosessin arviointi

Prosessi on ollut arvokas ja olen oppinut paljon. Suunnittelutyön aikana huomasin, että tarkemman aikataulun tekeminen olisi auttanut hallitsemaan projektia kokonaisvaltaisemmin. Tärkein oppini on tullut yhteistyössä Tonfisk Designin kanssa toimiessa. Olen oppinut lisää yrityksen kanssa työskentelystä ja saanut arvokasta tietoa tuotekehityksestä ja siihen vaikuttavista asioista: markkinoinnista, tuotannon järjestelyistä ja materiaaleista.

LÄHTEET

Elektroniset lähteet

Luova luokka, subtv, 24.3.2007

www.muuto.com, 23.3.2007

www.rypsioljy.fi, 20.2.2007

www.tonfisk-design.fi, 17.4.2007

Tarja Ahonen Rajamäen keittiöstä, e-mail, 2.2.2007 (Altia Oy, Rajamäen elintarvikkeet)

Kirjalliset lähteet

von Hertzen Pirjo. 2006. Brändi yritysmarkkinoinnissa. Economica. Talentum, Helsinki.

Hildén Riitta. 2006. Pikkuruinen Tonfisk kurkottelee mainetta. Taloussanomat 19.9.2006

Ijäs Tuija, Kivelä Raija, Välimäki Maija-Liisa, Välimäki Pauli. 1996. Elintarvikkeet. Kustannusosa-
keyhtiö Otava, Helsinki.

Karjalainen, Toni-Matti. 2004. **Semantic transformation in design** Communicating strategic brand
identity through product design references. Ilmari design publications, Helsinki.

Lampi Raija, Luola Markku, Seppänen Hilikka. 2000. Elintarvikkeet ja Ruoanvalmistus. WSOY,
Porvoo.

Kuvalähteet

Kuva 52-57, mallinus Anna Palomaa

Kuva 50, Anna Palomaa

Kuva 42-49, <http://images.google.fi/images?q=pourer&ie=UTF-8&oe=UTF-8&aq=t&rls=org.mozilla:fi:official&client=firefox-a&um=1&sa=N&tab=wi>, 21.4.2007

Kuva 34-41, Anna Palomaa

Kuva 33, <http://www.designers-avenue.com>, 11.1.2006

Kuva 32, <http://www.talenco.fi/servlet/siteservlet?origin=shoptuoteryhma2&command=list&tuoteryhmaid=10.07.01>, 11.1.2007

Kuvat 30- 31, <http://www.nzdeli.co.nz/small%20images/oilvin.bmp>, 21.4.2007

Kuvat 28-29, www.gatelys.com/buy/Blomus_Oil_and_Vinegar_Set, 14.1.2007

Kuva 27, <http://www.betterlivingthroughdesign.com/tabletop/>, 6.3.2007

Kuva 26, <http://www.shopfosters.com/store/product.php?productid=241>, 21.4.2007

Kuva 25, <http://www.essentialforentertaining.com/casual-dinnerware/oil-vinegar-cruet.html>, 21.4.2007

Kuva 22-24, <http://www.talenco.fi/servlet/siteservlet?origin=shoptuoteryhma2&command=list&tuoteryhmaid=10.07.01>, 11.1.2007

Kuva 21, http://photos21.flickr.com/28471289_cf992fd197_o.jpg, 21.4.2007

Kuva 20, http://www.tonfisk-design.fi/products/salt_pepper.html, 21.4.2007

Kuva 19, http://www.got1mag.com/blogs/fangkeng.php?cat=349&char_set=gb, 21.4.2007

Kuva 18, http://www.europafilms.com/Europa_Films_Channel/news/F58417DA-F9B5-4205-B429-E14F129372B0.html, 21.4.2007

Kuva 17, <http://www.designforum.fi/tuote?tuote=1210829&tuoteryhma=1210724>, 21.4.2007

Kuva 16, <http://www.tonfisk-design.fi/products/newton.html>, 21.4.2007

Kuva 15, http://www.tonfisk-design.fi/products/sushi_set.html, 21.4.2007

Kuva 14, http://www.tonfisk-design.fi/products/candle_light.html, 21.4.2007

Kuva 13, http://www.tonfisk-design.fi/products/salt_pepper.html, 21.4.2007

Kuva 12, http://www.tonfisk-design.fi/products/wooden_plates.html, 21.4.2007

Kuva 8-11, http://www.tonfisk-design.fi/products/warm_teapot.html, 21.4.2007

Kuva 7, http://www.tonfisk-design.fi/products/storage_jars.html, 21.4.2007

Kuva 6, http://www.tonfisk-design.fi/products/dir_fruit_dish.html, 21.4.2007

Kuva 5, <http://www.tonfisk-design.fi/products/modul.html>, 21.4.2007

Kuva 4, <http://www.tonfisk-design.fi/products/warpVases.html>, 21.4.2007

Kuva 3, http://www.tonfisk-design.fi/products/gift_sets.html, 21.4.2007

Kuva 2, http://www.tonfisk-design.fi/products/lemon_squeezer.html, 21.4.2007

Kuva 1, http://www.tonfisk-design.fi/products/bar_espresso.html, 21.4.2007

LIITE

Liite 1

Brief for Anna Palomaa

Project

To design Oil & Vinegar set to suit Tonfisk Design brand.

The Tonfisk Brand

‘Form follows function doesn’t mean all objects have to look the same’ is Tonfisk’s slogan. This encapsulates the idea of the brand i.e. that the products are both functional but also distinctive. These are two major selling points for the company. Functionality means we can stand 100% behind our product. Distinctiveness means that our products have a chance to be noticed in an already crowded market place. Also our target customers both value functionality as well as distinctiveness. They are people who are often concerned about visual matters and so value objects of visual interest.

General Requirements

The set should complement our SHAKE salt & pepper shakers

The set should complement the rest of the Tonfisk range.

The set should be easy to recognise as oil & vinegar set

The set should be easy to understand how to use

A minimum volume for each ‘jug’ should be 24cl

Production technique should be casting

Color should be natural white as used in Tonfisk’s product

Surface pattern as in texture is permitted

Use of several other material than ceramic is permitted but the main body of the product should be ceramic

Set can be designed so either sold separately or together

Set should pour well

Set should be easy to fill

Set should be easy to clean

Optimum solution would use minimum amount of parts as possible.

Production difficulty should be relative to the possible perceived commercial value of the product.

production cannot be difficult if design does not allow for consequently higher retail price.

Retail price of set should be 30 – 50 eur. NOTE: Price of object is more affected by width than height i.e greater height might make appear more valuable but not necessarily increase production cost.

KIITOS

Brian Keaney
Kimmo Kukkonen
Elina Rantapuska
Simo Puintila
Kaarle Holmberg
Hilkka Palomaa
Jussi Takkinen

